

Opinião _ HORECA e os vinhos

GUIA PARA UMA CARTA DE VINHOS

(PRIMEIRAS 10 PROPOSTAS)



Aníbal Coutinho
Crítico de Vinhos

Caderno de Vinhos

São muitas as variáveis que devem entrar na elaboração de uma carta de vinhos. No entanto, essa dificuldade inicial não pode travar a necessidade urgente de melhorar a ferramenta mais importante para fidelizar o cliente pela via dos vinhos.

- **E**squeça as cartas tipo bíblia. Os clientes querem uma proposta clara, condensada e sem roturas de stock. É evidente que a apresentação da carta deve ser apelativa mas isso não tem nada a ver com as capas pesadas de couro e as dezenas de páginas que, por vezes, se encontram vazias de conteúdo.
- **A** organização da carta pode dar primazia às regiões, aos tipos de vinho, às castas ou aos preços. Mas não se esqueça da clareza e da simplicidade. É positivo arranjar uma organização que desvende ligeiramente os aromas e os sabores do vinho.
- **N**ão descreva exhaustivamente cada referência. Perderá clareza, confundirá o cliente e dar-lhe-á argumentos para se queixar. Limite-se a catalogar os vinhos como parte integrante da refeição. A carta de vinhos propõe produtos que devem concorrer positivamente para a fruição da selecção gastronómica.
- **D**eve referir a casta ou castas mais representadas em cada referência, mesmo que tenha que perguntar ao fornecedor ou ao produtor. Hoje em dia, o consumidor interessa-se pelas castas e relaciona melhor as castas com determinadas comidas.
- **L**imite o número de referências à sua capacidade de espaço para um tratamento digno do vinho. A sua garrafeira deve estar a 12-14 graus. A sua prateleira deve estar a 8-10 °C para os brancos, rosados e espumantes e a 14-15 °C para tintos e generosos (É uma revolução? Pense nos seus clientes!). Na garrafeira, não tenha nunca menos de seis garrafas por cada referência e este número deverá subir consoante a maior ou menor rotação dos vinhos.
- **T**enha muita cuidado com o chamado "vinho da casa". Se optar

por este vinho corrente, estará a definir a referência de mais baixa gama. A sua qualidade deve estar balanceada em relação ao resto da carta de vinhos e o seu preço também. Sabemos que é tentador, mas não ultrapasse os 300%. Se optar por embalagem de maior volume, não aceite engarrafados. Compre Bag in Box e estabeleça um limite máximo de dias para a sua substituição, ainda que não se encontre totalmente consumido. Um prova organoléptica bi-diária é muito aconselhável.

- **A** sua carta de vinhos deve ser equilibrada em todas as tipologias e preços. Não vale ter os brancos baratos e os tintos todos caros. Ou os baratos na Estremadura e os caros no Douro.
- **N**ão abuse nos stocks. Para além do espaço, o mercado dos vinhos é muito dinâmico e os gostos dos consumidores também. A actualização é muito valorizada.
- **C**oloque, nem que seja à mão e a lápis, o ano de colheita de todas as referências. Nunca misture o final do stock de uma colheita com a colheita posterior. Insista com o fornecedor para lhe trocar as garrafas antigas (é possível, sim senhor). Se quiser pode aproveitar essa ocasião para propor aos seus clientes a degustação das duas colheitas com o mesmo prato ou com pratos diferentes.
- **D**responsável dos vinhos deve ser penalizado sempre que um cliente pedir uma referência e a resposta for "Desculpe mas essa não temos, de momento!" Trata-se de uma quebra na cumplicidade com o cliente e revela que a gestão da garrafeira está descuidada. Excepcionalmente, apenas se admite que, ao dar a carta de vinhos a um cliente, o escanção diga de imediato "Hoje, não temos esta referência". ■