PAMBIANCO

WINE&FOOD

NUMERI, FATTI E PROTAGONISTI DEL VINO, DEL CIBO E DELLA RISTORAZIONE

ANALISI
Il vino 'stappa' le M&A

MERCATO
Lo champagne alza il tiro

FENOMENI
Riemerge il pesce di lusso

TENDENZE
La mixology entra nel menu

LA SFIDA DELLA RIPRESA

COVER BY KAZUHIDE YAMAZAKI

LA CARTA DEI COCKTAIL NON È ANCORA DIFFUSA, MA DIVENTA SEGNO DISTINTIVO PER LA PROPOSTA DRINK. SI BEVE PIÙ ITALIANO E ARTIGIANALE, CON MENO ALCOL E MENO ZUCCHERO. ATTENZIONE A SOSTENIBILITÀ E CREATIVITÀ PER OFFRIRE ESPERIENZE OLTRE IL BICCHIERE.

LA MIXOLOGY ENTRA NEL MENU

di *Giambattista Marchetto*

Low alcohol e zero waste, ma anche territorialità, artigianalità e creatività per offrire a chi ama i cocktail un'esperienza sempre più profonda. Sono queste le tendenze che emergono dall'universo variegato e vivace della mixology. I cocktail parlano sempre più italiano, perché la materia prima è parte essenziale dello storytelling e perché la qualità dei prodotti del Belpaese sta diventando trendy. C'è poi la 'rivoluzione' in corso nel fuori casa: le carte di ristoranti e pizzerie, locali etnici o wine bar stanno aprendo a drink list più evolute. E il food pairing porta in tavola le storie e il fascino, ma anche la sostanza degli spirits e degli ingredienti.

TENDENZE EMERGENTI

Che ci sia fermento nel mondo del bere miscelato è evidente, anche se è presto per dire se contino di più i trend modaioli o una consapevolezza di settore. "Tra le tendenze – evidenzia **Francesco Bruno Fadda**, curatore della guida **Spirito Autoctono** del TCI - va segnalata con grande entusiasmo la grandiosa e diffusa attenzione al bere italiano e all'italiana. Bartender e sommelier 'allungano' sempre di più la carta in direzione di una scelta e selezione di prodotti italiani. E non

accade solo entro i confini nazionali, ma anche all'estero (USA e Giappone sono i mercati più importanti per il made in Italy). Una rivoluzione che sta travolgendo anche i grandi player internazionali: per fare un esempio, **Pernod Ricard** ha inserito in 'scuderia' una nuova etichetta di gin come Malfy con forte ispirazione italiana per stile, flavor ed etichetta". Ovviamente questo si riflette nella miscelazione, con un rinnovato appeal dei grandi classici come Martini e Negroni in numerosi twist con soli ingredienti italiani. Un focus che, si spera, può andare oltre il banale storytelling è quello zero waste. "Il mondo della mixology è orientato all'utilizzo dei prodotti di scarto ottenuti dalle preparazioni e tecniche come fermentazioni o essicazione hanno permesso ai bartender di rendere più sostenibili i loro cocktail", riferisce invece **Andrea Cason** CEO di **Bartenders Group**, specializzata in formazione e consulenza e quest'anno partner di Vinitaly per la sezione spirits.
Altro punto cruciale è la gradazione alcolica più moderata, "complice la voglia di bere con più agilità, ma anche la nuova abitudine a prepararsi un drink in casa", dice **Elio Carta** della distilleria sarda **Silvio Carta**. "La tendenza - afferma **Edoardo Strano**, CEO di **Rossa Sicily** - si è spostata, anche in mixology, verso aromi e sentori molto emblematici senza raggiungere tenori alcolici troppo elevati. A questa esigenza del consumatore si unisce la voglia di legare anche gli spirits ad una provenienza specifica, con una forte narrazione territoriale. L'Italia è un immenso giardino botanico e per noi il perno è la Sicilia, che offre tantissimi spunti olfattivi e aromatici che possono valorizzare ogni tipo di cocktail". Il brand porta ad esempio **Amara** e la nuova collezione **I Liquori dell'Etna**, composta da dieci spirits differenti prodotti solo con frutta fresca di stagione etnea.
Con una visione trasversale ai vari momenti del fuori casa, "i bartender sono i nuovi chef o pasticceri – afferma **Elena Ceschelli** di **Bevande Futuriste** – perché dietro un cocktail c'è tanto da raccontare: dagli ingredienti alla scelta dei bicchieri, dalla temperatura degli elementi alle dosi e alla garnish, fino a come viene servito e raccontato al tavolo. C'è appunto uno studio attento per far vivere un'esperienza sensoriale al cliente sempre più attento alla qualità".
Sottolinea la ricerca costante dei produttori per rispondere alle esigenze dei professionisti e ai trend mutevoli **Andreas Fellin**, presidente **Fonte Plose**, che con le toniche Alpex e le altre sodate della linea ha lavorato sulla

Qui sopra, Amara by Rossa Sicily e la nuova linea premium gourmet di Prohibito by Bevande Futuriste

In apertura, l'amaro Bomba Carta by Silvio Carta, performante in miscelazione

A sinistra, mixology in corso con Don Papa (nella scuderia Rinaldi 1957). Qui sopra, Food pairing con cocktail proposto da Bartenders Group

selezione di ingredienti naturali. "I bartender valutano con cura gli ingredienti da inserire nelle ricette, prestando attenzione alla natura e alle caratteristiche di ogni singolo elemento, la provenienza e l'azienda produttrice. Alla Florence Cocktail Week abbiamo organizzato una masterclass con **Distilleria Urbana Italia** sul tema della 'miscelazione artigianale', che rispecchia per noi l'utilizzo di prodotti 'sinceri', naturali e sostenibili". E il manager sottolinea l'importanza della comunicazione social che i professionisti utilizzano per far conoscere la specificità dei prodotti da miscelazione.

MIXOLOGY IN TAVOLA

Un macro-trend che tutti riconoscono nel mondo della miscelazione è l'integrazione con la ristorazione. "Negli ultimi anni – conferma Andrea Cason - la sinergia tra cuoco e bartender ha reso possibile inserire cocktail come abbinamento ai piatti serviti nel ristorante. Ovviamente questo comporta una grande conoscenza delle materie prime e dei canoni di food pairing, perché il grado alcolico o la quantità di zuccheri nel drink sono elementi chiave per creare un grande abbinamento senza snaturare il piatto". Il peso della mixology nelle carte dei ristoranti per ora è relativo in Italia, "ma la tendenza arriva dai grandi stellati internazionali – rilancia il manager – Sempre più spesso troviamo un piatto con un piccolo accompagnamento diverso da vino e birra. Si possono fare abbinamenti con drink semplici, come un gin&tonic, oppure lavorare sulle materie prime e sulle tecniche del bartender per accostamenti complessi e profilati sulle creazioni dello chef". "Finalmente – aggiunge Francesco Fadda - in tanti ristoranti e nelle pizzerie più avvedute inizia a vedersi (seppure timidamente) la carta dei cocktail, prevalentemente incentrata sul gin&tonic, ma è pur sempre un passo in avanti. In qualche caso c'è una proposta completa di abbinamento con il menu. Ancora molti operatori sono reticenti nel lavorare sul drink cost, ma quando inizieranno a valutare i numeri sono certo che la carta dei cocktail avrà un peso più imponente". E in questa direzione ecco l'exploit dei cocktail bar con cucina, vera tendenza di importazione americana. Rispetto al pairing tra mixology e food, il direttore marketing e pr di **Rinaldi 1957**

Gabriele Rondani sbotta: "finalmente!". Perché "sono anni che ne parliamo - spiega - e solo ora si inizia a realizzarlo. A Milano in questa direzione si vedono le cose prima e il trend è già consolidato, ma ora investe molte altre città. Il food pairing cresce non solo con la mixology, ma anche con spirits lisci o con ghiaccio". Secondo il manager spesso gli abbinamenti "sono più un'occasione per raccontare qualcosa di nuovo, però anche il problema dei limiti per chi guida ha anticipato il consumo da fine pasto a tutto pasto. È saltato ogni tabu sugli orari per consumare spirits e per i ristoranti è un'opportunità per un upselling sul conto finale".
Dalla Sicilia, Edoardo Strano rimarca come una drink list ben studiata sia sempre più elemento irrinunciabile nelle proposte della ristorazione, dal fine dining a format più immediati come la pizza contemporanea, hamburgherie e paninerie che guardano all'eccellenza delle materie prime. "Questa nuova attenzione all'abbinamento a tutto pasto - sostiene - ha portato a pensare a delle proposte di mixology con ingredienti e spirits che esprimono una territorialità più spiccata, in modo da poter dialogare in maniera più distintiva con le singole portate, ricercando armonie di sentori, profumi e sapori, esattamente come si farebbe con un vino". E i bartender elaborano drink su misura per i piatti, con spirits più specifici.
"Si pasteggia con il cocktail e vi ritroviamo elementi che compongono il piatto", rimarca Elena Ceschelli citando la nuova linea premium Gourmet di Prohibito per i bartender che sperimentano emozioni polisensoriali.
"Abbiamo lanciato tre sciroppi naturali e italianissimi, tutti basati su presidi Slow Food – racconta – e in occasione della Florence Cocktail Week abbiamo proposto un menu speciale di cocktail e pizze gourmet a tema Puglia. Provare per credere! La mixology in ristorazione non sta ancora spopolando, ma noi supportiamo con la formazione e la creazione di drinklist studiate ad hoc".
"La conoscenza approfondita delle materie prime e lo studio degli abbinamenti – aggiunge Andreas Fellin - hanno dato il via al food pairing dalla pizza ai piatti esotici, fino alle ricette gourmet di ristoranti di alto livello". E dato che Plose era nella ristorazione con le sue acque, ha potuto notare l'evoluzione: "i format dei ristoranti e degli hotel stanno cambiando - dice - e oltre alla cucina si sta sviluppando molto l'area del bar, con un inedito lavoro di cooperazione e scambio di idee tra chef e bar manager. E la carta dei ristoranti è molto più dettagliata su materie prime e scelte del ristoratore. Il consumatore ha in mano una vera esperienza da condividere".
Questo trend si vede negli ordinativi.
"Le richieste dei clienti sono cambiate – confermano da Silvio Carta – e se fino a pochi anni fa nei ristoranti si vendevano solo grappe e amari da fine pasto, oggi gin, bitter e amari da mixare sono in fortissima crescita. E noi abbiamo spinto in questo senso, studiando linee apposite e offrendo un servizio gratuito per creare una carta cocktail cucita sul menu".

Alpex by Plose, la tonica dedicata alla mixology gastronomica

GIOVANE O SOFISTICATA?

Il taglio dell'esperienza mixology dipende poi dal contesto. "In ristorante o in pizzeria – chiarisce Fadda - prevale sicuramente uno stile più giovane, agile e talvolta più sfrontato. Nei cocktail bar e nei grandi hotel c'è un approccio più sofisticato, per cui il racconto e il savoir faire diventano essenziali". E dunque, come evidenzia Edoardo Strano, la mixology sofisticata è ancora oggi appannaggio del afterdinner.