

# BarTales



ANNO XI | N. 8 | APRILE 2024

**LIQUID STORY**  
**TRE SECOLI**  
**DI CHARME**

**ZOOM**  
**UN VIAGGIO**  
**NELLA STORIA**

**REPORT**  
**ALLA RICERCA**  
**DI UN LEADER**

**HOT SPIRIT**  
**PORTO**  
**EXPERIENCE**

# ALLA RICERCA DI UN LEADER

È necessario un brand trainante per ricollocare al vertice il distillato sudamericano

DI FABIO BACCHI

**È** certo, affinché possa crescere, che a un certo punto ogni categoria di spiriti necessita di un brand leader. Nel Whisky è stato Johnnie Walker a trainare i blended, nel mondo del Cognac si sono mossi in modo più

sistemico i brand più grandi, Patron ha portato i volumi di Tequila a un livello mai visto prima. Lo stesso vale per Gin, Rum e altri. Unica eccezione la Grappa dove tutti sono contro tutti, in alcuni casi alcuni brand finanche contro se stessi.

Da tempo il Pisco è alla ricerca di qualcosa di simile per crescere come categoria. Per quanto a molti addetti ai lavori sia tutto chiaro, il dibattito sull'origine del distillato probabilmente non sarà mai risolto. Tuttavia, le due nazioni hanno dinamiche diverse quando si tratta di Pisco. Le normative che regolano la produzione dei due paesi sono diverse, alcuni prodotti possono apparentemente sembrare simili ma non uguali.

Il Pisco peruviano è indiscusso ambasciatore di una cucina locale che ha raggiunto i massimi livelli di apprezzamento in tutto il mondo, la bar industry globale



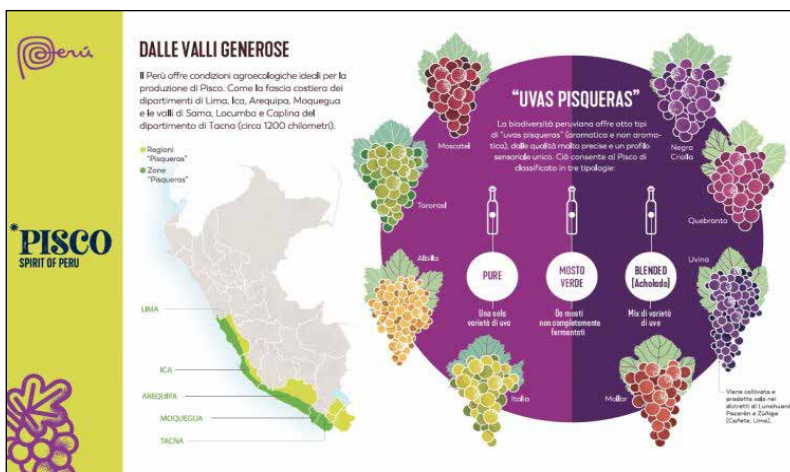
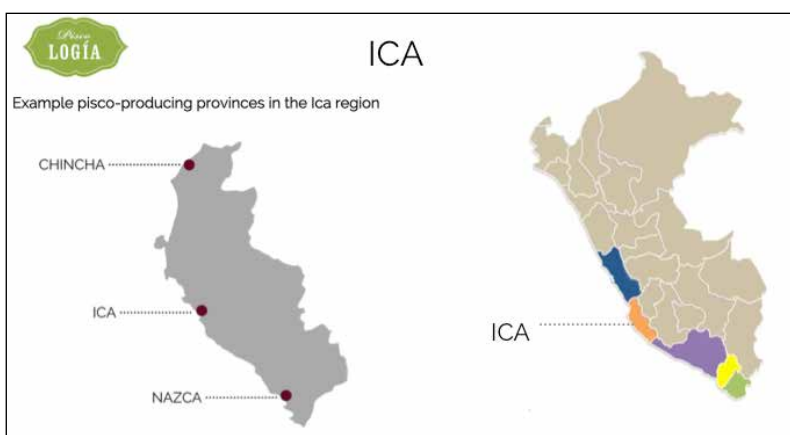


riconosce il Pisco peruviano come l'autentico distillato. In Cile il distillato locale è protagonista nel mercato interno mentre cerca di infiltrare la scena dei cocktail bar internazionali.

Scorrendo i report di Drinks International, che monitora le vendite di alcolici tra una selezione dei migliori bar del mondo, sia il Pisco cileno che quello peruviano hanno ottenuto buoni risultati nella fascia alta del mercato horeca. «Quest'anno, l'83% del nostro campione ha dichiarato di avere un Pisco, più della metà ne ha due e più di un terzo tre», si legge nel rapporto. Sempre secondo quel report «ancora una volta il Pisco più venduto è Barsol».

Il brand fu lanciato da Diego Loret de Mola nel 2001 quando acquisì Bodega San Isidro nella Valle di Ica in Perù, con l'obiettivo di portare il Pisco nei migliori bar del mondo. Il brand Barsol Pisco dichiara di avere avuto un importante aumento delle vendite a volume e, se le cose stanno in questo modo, il brand peruviano si candida a divenire la guida del Pisco peruviano.

Il punto importante è che autenticità e qualità del Pisco peruviano rimangono centrali. Alcuni brand sostengono che la pandemia abbia contribuito alla diffuso-





ne del Pisco con il consumo in casa. Le restrizioni di movimento hanno offerto alle persone in isolamento l'opportunità di interessarsi di più a questo distillato. Da qui il boom dell'e-commerce e l'evoluzione che molti brand si sono dati sviluppando i siti web e i negozi online. E poi la sorpresa: quando i bar e i ristoranti hanno riaperto le vendite online hanno tenuto. Alcuni produttori cercano di incrementare questo canale puntando sulla vendita di nuovi prodotti ottenuti con le uve locali, come Vermouth e altri vini fortificati.

Oltre confine, in Cile, la situazione è diversa. Stili di vita più sani, congiunture economiche negative e altri fattori hanno causato una diminuzione del consumo interno. I dati sono confermati dall'auto-revole IWSR: il consumo di Pisco cileno è diminuito del 2% tra il 2020 e il 2021. I produttori sono dunque costretti a guardare fuori dal Cile per garantire la crescita della categoria, costruendo nuovi rapporti commerciali in mercati rilevanti come Asia, Europa e America Latina, sviluppando l'educazione del consumatore verso il prodotto, partecipando alle fiere di settore in tutto il mondo.

Tuttavia, le vendite interne del Cile sono sempre state importanti, motivo



per cui ci sono alcuni brand molto performanti, come Pisco Mistral, presente regolarmente nella classifica del The Millionaires' Club di Drinks International, o Pisco Capel e la cooperativa governativa nota come CCU Pisquera de Chile. Ma nessuno di loro è riuscito a coniugare con successo le vendite nazionali con quelle internazionali.

Sempre secondo il brands report di Drinks International: «El Gobernador, che ha debuttato nella lista degli spiriti più venduti al mondo nel 2018, è il secondo marchio più venduto». Con sede in Cile e di proprietà del colosso Torres, questo brand è quello con le migliori possibilità di detronizzare Barsol in futuro. Un risultato molto importante se si considera che il brand è stato lanciato nel 2012 con aspettative limitate. In questo caso sono risultati molto importanti il know-how e il potere distributivo di Torres.

Tra vendite ed esportazioni, che negli





ultimi due decenni hanno oscillato costantemente, sia per il Pisco peruviano che per l'omologo cileno, la popolarità del Pisco Sour è rimasta costante. Infatti, nella lista dei 50 cocktail classici più venduti di Drinks International nel 2023, la bevanda è stata elencata al numero 12, il suo punteggio più alto fino ad oggi.

Anche sul Pisco Sour esiste un dibattito sull'origine del cocktail che nei due paesi è preparato in modo differente. Ma



**PISCO**  
CREDITO FOTO:  
CIVITATIS.



mentre Cile e Perù rivendicano entrambi il Pisco come loro spirito nazionale, il Perù è quasi certamente il luogo di nascita del cocktail più conosciuto a base di Pisco. La ricetta del drink è comunemente attribuita al barista americano Victor Vaughen

Morris, che arrivò in Perù nel 1903. È tra l'anno del suo arrivo in Perù e il 1916, quando aprì il Morris' Bar nella capitale Lima, che la ricetta è stata inventata. E comunque, a prescindere dalle storie contrastanti, è la versione peruviana che



**PISCO**

ANFORE PER  
L'INVECCHIAMENTO.  
CREDITO FOTO:  
QUISINE UK.



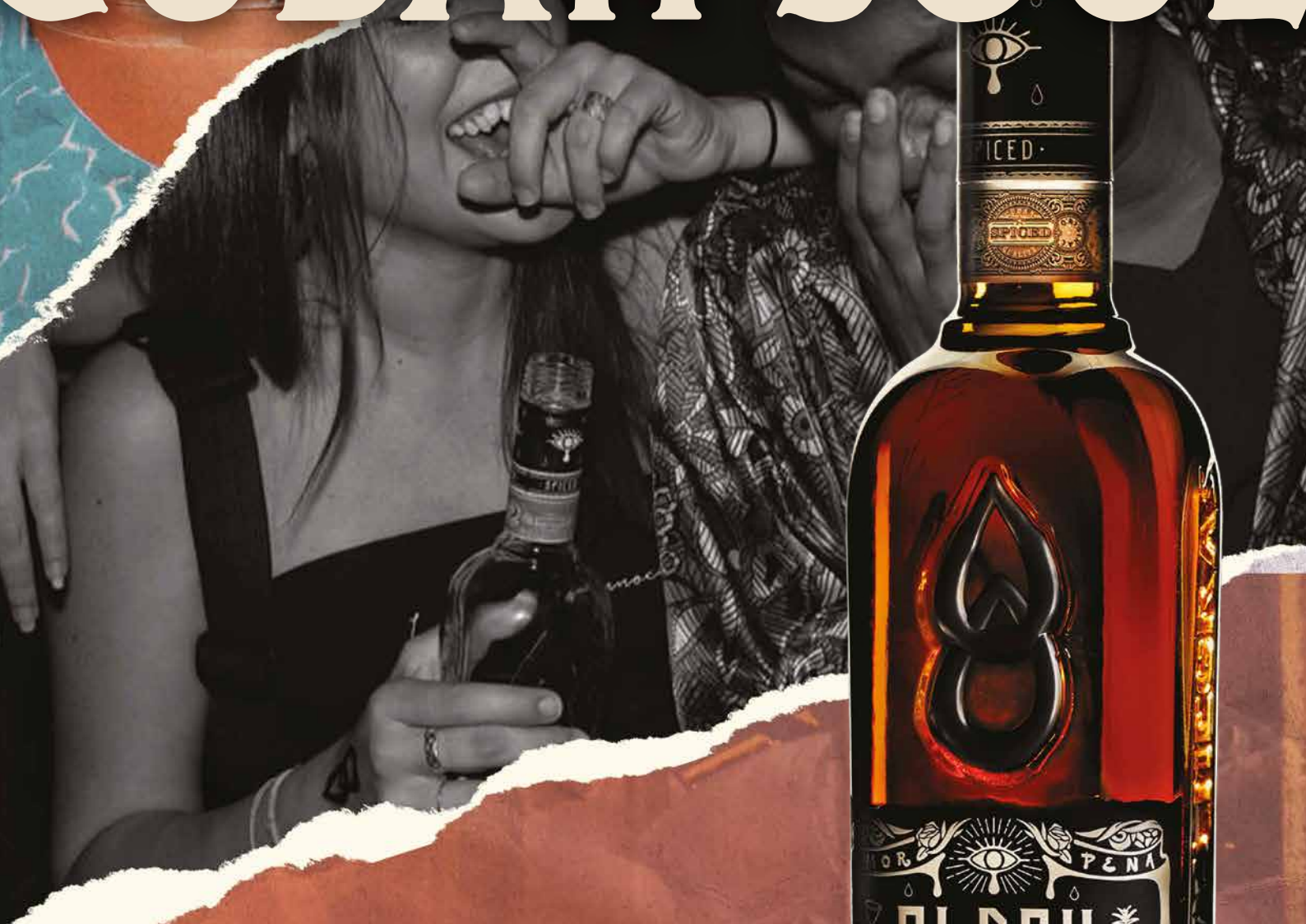
sopravvive combinando il Pisco con lime, zucchero, albume e bitter.

Sarebbe ingenuo suggerire che entrambe le categorie dovrebbero lavorare insieme per il bene superiore del Pisco. Tutto è diverso, le interpretazioni sull'origine dello spirito, la ricetta del Pisco

Sour, lo stile dello spirito e i mercati di riferimento. L'unica cosa che i due distillati realmente condividono, a parte il confine, è la necessità di un leader, e Barsol ed El Gobernador potrebbero essere la scelta naturale per essere al centro della scena per le rispettive nazioni.



# SPICED WITH CUBAN SOUL



THE ORIGINAL  
BLEND OF CUBAN  
RUM & SPICES

**BLACK  
TEARS**   
LET TEARS FLOW

[BlackTears.com](http://BlackTears.com)

IMPORTATO  
E DISTRIBUITO DA



RINALDI 1957

Bevi Responsabilmente



*Rhum*  
**Barbancourt**  
 HAITIEN DEPUIS 1862

**SI COLTIVA  
 L'ECCELLENZA.**



BEV. RESPONSABILMENTE



Rappresentato da



RINALDI 1957

*Welcome to Sugarlandia*