

BarTales



ANNO X | N. 10 | GIUGNO 2023

COCKTAIL STORY
BRILLI
BY MIXED

FOCUS ON
LE NUOVE ROTTE
DEL RUM

HOT SPIRIT
L'AGAVE DEI
CONQUISTADORES

ZOOM

LA CAVE
AUX COQUILLAGES

LE NUOVE ROTTE DEL RUM

Aromatizzati e spiced trainano il consumo. Che premia le referenze premium e le release speciali

DI VITTORIO BRAMBILLA

L'acquisizione di Diplomatico Ron da parte di Brown-Forman ha segnato una tappa fondamentale nel processo di "premiumizzazio-

ne" del Rum. Nella fascia premium del mercato, dove alcuni stili di produzione attirano più attenzione, il Rum continua a vivere un momento di crescita importante.

Con le sue diversificazioni la grande famiglia dei Rum presenta ancora molte fasi di sviluppo e sperimentazione da parte di produttori e di interesse dai consumatori. Questi ultimi sembrano alla ricerca di Rum diversi per ogni occasione, spaziando dagli speziati agli invecchiati da consumo *neat*. Conseguentemente aumenta il *knowledge* dei consumatori che, approfondendo la conoscenza dei vari stili, comprendono quanto le differenze di produzione e provenienza del distilla-



BROWN-FORMAN





Global Spiced/Flavoured Rum Market

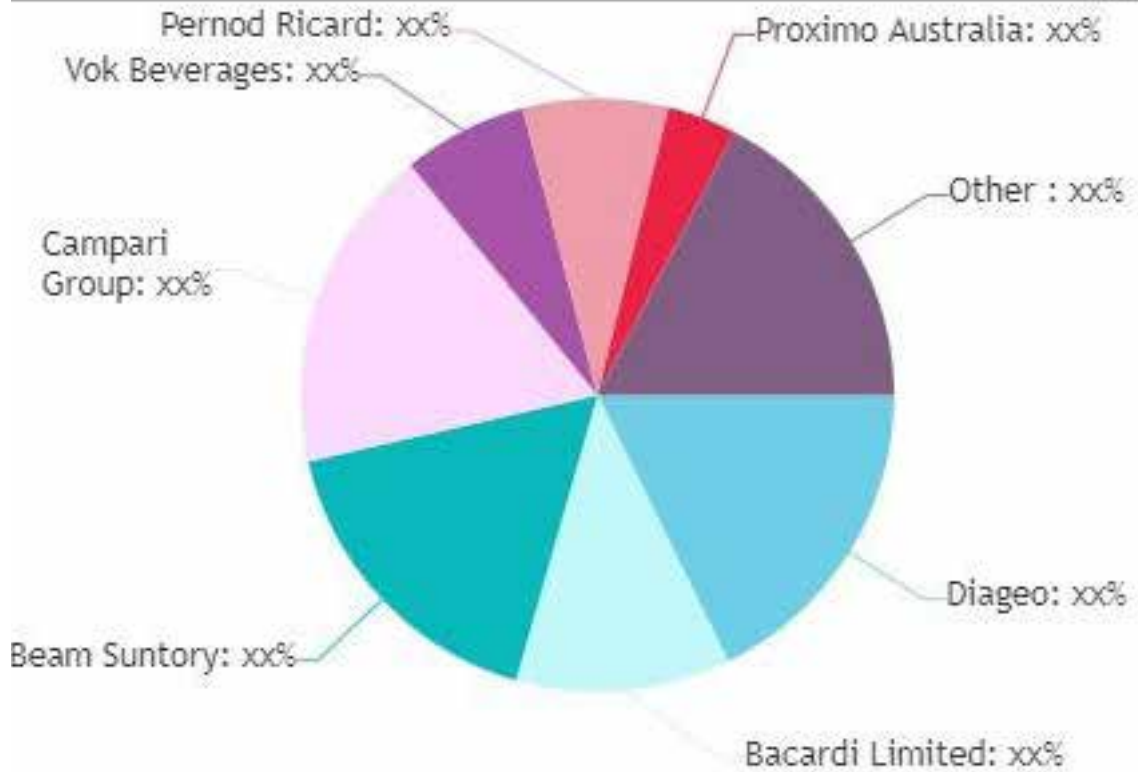
Market Share by Region (%)



to siano particolarmente importanti, in quanto incidono sulla percezione di qualità. Infatti i consumatori, seppur molto lentamente, stanno abbandonando la

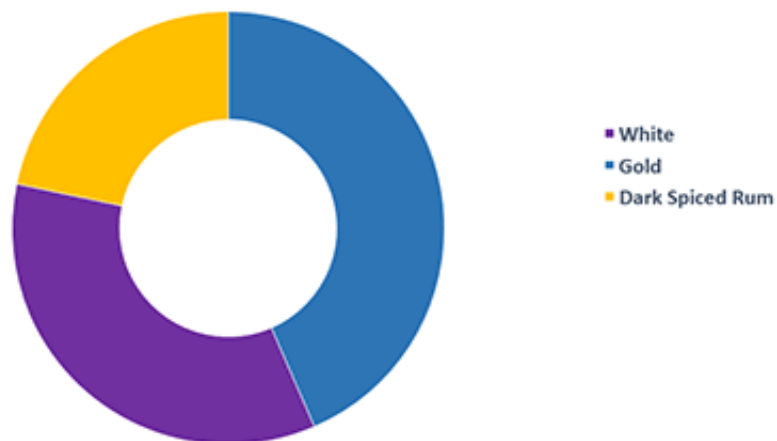
percezione di qualità basata sulla spesso ingannevole distinzione di colore tra “Gold”, “Black”, ecc. Tuttavia, gli analisti di settore riportano che la categoria che

Market Player Product Sales Volume Market Shares



Global Spiced/Flavoured Rum Market

Market Share by Type (%)



Source: www.expertmarketresearch.com

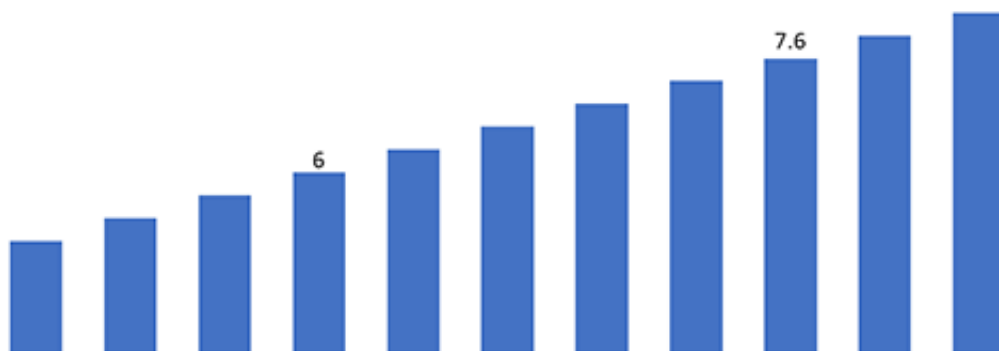


registra la crescita più importante è quella definita Dark Rum che comprende le sotto famiglie “Gold” e “Black” e se a grandi linee la categoria dovesse essere definita in base al colore, il Gold Rum guida la crescita del distillato.

Quando le persone parlano di Rum da sorseggiare, si trovano invariabilmente all’interno di questa sottocategoria. Tradotto: molti consumatori associano la qualità all’età di invecchiamento. Dopo i Dark Rum, sempre secondo gli anali-

Global Spiced/Flavoured Rum Market

Historical Market and Forecast
USD Billion



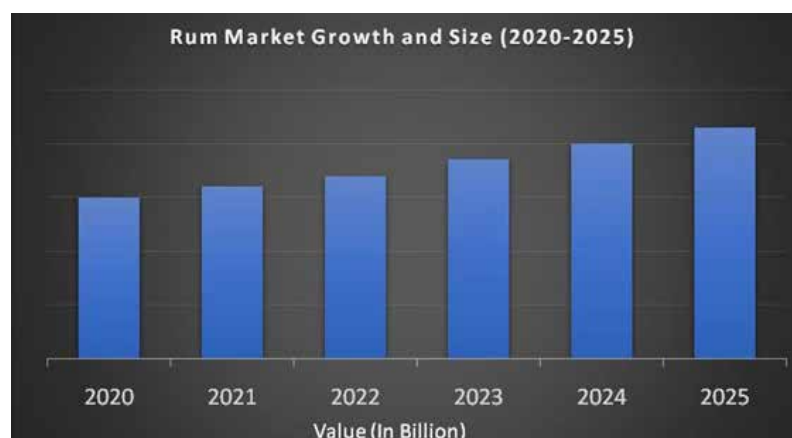
Source: www.expertmarketresearch.com



sti di International Wine Spirit Research (IWSR), la categoria dei Rum aromatizzati è quella che sta registrando il più alto tasso di crescita in alcuni mercati. Se i Rum aromatizzati si caratterizzano per espressioni sempre più varie, i Rum spiced sembrano essere l'entry level dei nuovi consumatori prima che questi si indirizzino verso Rum tradizionali. Risultato: crescendo come categoria, negli ultimi anni gli spiced Rum hanno acquisito identità e reputazione.

Altro aspetto che caratterizza l'apprezzamento dei Rum spiced negli ultimi anni è un nuovo gusto, deciso e tendente al secco, una tendenza che sembra si stia consolidando sempre più.

I Rum aromatizzati e gli spiced stanno dunque registrando risultati interessanti, tuttavia i puristi del Rum guardano con sospetto a questi distillati. Ma il fattore che sembra definire il successo del Rum non è tanto l'apprezzamento di un determinato stile quanto la crescita dei prezzi e quindi del suo valore. Infatti, secondo IWSR, tra il 2020 e il 2021 la crescita



totale della categoria Rum è stata del 10% a volume e del 15% a valore, il Rum definito premium è cresciuto del 26% in volume e del 34% in valore. Seppur que-



sti dati non siano uniformi globalmente, indicano che la premiumizzazione della categoria continua a essere il trend più importante.

La crescita dei Rum premium nei mercati chiave è costante e continua, un dato che secondo i produttori non tenderà a decrescere nel medio periodo. Alcuni produttori rilevano che il consumatore è disposto a spendere di più per la qualità, che il mercato dei premium Rum è ancora nella fase iniziale, che i Rum premium stanno attirando nuovi consumatori che modificano le loro preferenze di consumo.

Cask finish, release speciali e ABV elevati, prerogative tipiche di distillati da consumare *neat*, giocano un ruolo importante nella scelta dei consumatori. In sintesi: più persone bevono Rum, tante più persone preferiranno le referenze migliori.

La domanda di Rum premium sta sviluppando anche un servizio personalizzato per i rivenditori al dettaglio e per il

trade. In alcuni casi è possibile selezionare una botte in base allo stile, all'età, un numero limitato di bottiglie e personalizzazione dell'etichetta. Così, alcuni bar hanno la possibilità di selezionare e acquistare la loro botte direttamente dalle distillerie, magari con finish particolari in botti ex Tequila, Sakè, Whisky, Cognac o Grappa, comunque una pratica non nuova nel mondo del Rum. Queste release speciali sono quelle che giocano un ruolo molto importante nell'attrarre consumatori di altri spiriti, in particolare dal Whisky, un vero vantaggio aggiuntivo per il Rum e la possibilità di intercettare nuovi consumatori in un modo a loro familiare.

In conclusione, non si tratta di reinventare la ruota, piuttosto concentrarsi su una offerta di qualità che soddisfi la domanda dei consumatori. Anche i piccoli produttori di isolati e remoti paradisi tropicali sono chiamati a questo cambiamento.

BEV. RESPONSABILMENTE



Rappresentato da



RINALDI 1957

Welcome to Sugarlandia

APERITIVO, NATURALMENTE

A Parigi, la quinta edizione della gara Trionfa l'artigianalità e il gusto per il "fatto a mano"

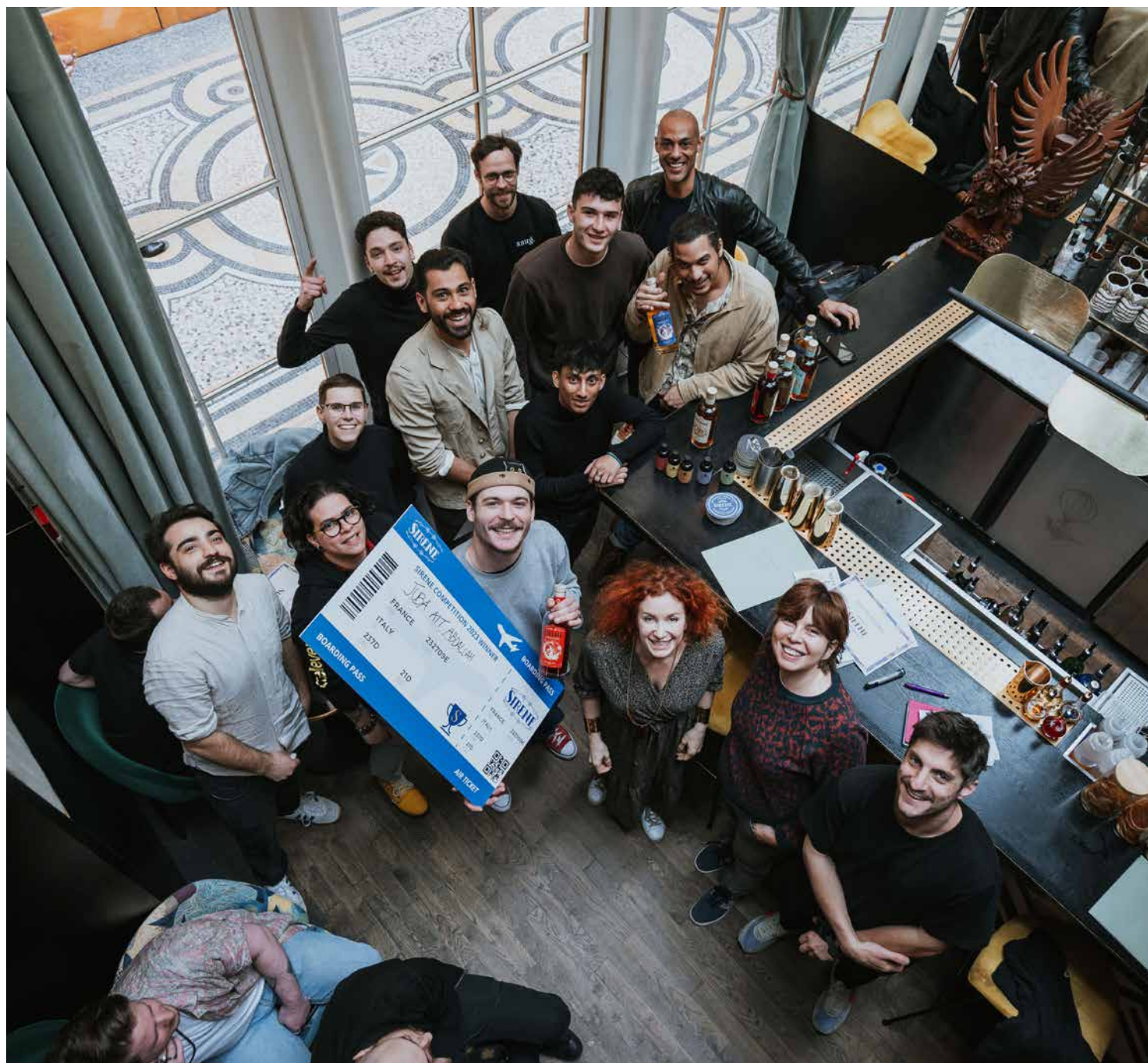
DI GIULIA ARSELLI

L'edizione 2023 della Sirene Cocktail Competition ha valicato le Alpi per arrivare a Parigi. Sede di eccezione il Danico Bar, numero 85 del ranking World's Best Bar. La prima edizione si svolse sul Lago di

Garda nel 2017, da allora si ricordano numerose edizioni itineranti per la penisola e quest'anno, per la prima volta, ha avuto luogo oltre i confini nazionali.

La quinta edizione della Sirene Cocktail Competition è stato un momen-





to in cui i bartender selezionati hanno potuto incontrarsi e confrontarsi tra loro, un concorso esclusivo rivolto ad artisti del cocktail che si cimentano nella preparazione di una ricetta che interpreti uno o più prodotti della linea Liquori delle Sirene.

L'alta versatilità in miscelazione, uno dei punti di forza di Liquori delle Sirene, ha permesso l'espressione di ricette

molto pertinenti al tema del concorso. Abbinamenti ricercati, mix di tecniche, tenore alcolico delle ricette ben contenuto, sono state le costanti che hanno accomunato i bartender concorrenti.

I Liquori delle Sirene rientrano in quella categoria di prodotti espressioni di liquoristi e distillatori piccoli e indipendenti, che veicolano valori come tradizione e territorialità. Tra le referenze, ricordiamo



COMPETITION

IL VINCITORE,
JUBA AIT
ABDALLAH,
CON ELISA
CARTA.

il bitter tonico artigianale a base di erbe, fiori, radici e frutta, infusi singolarmente in alcol e poi assemblati tra loro, il primo liquore della linea.

Altro prodotto è Canto Amaro, ormai entrato nella grande famiglia degli amari italiani. Le botaniche e i limoni del lago di Garda sono le note distintive di questo prodotto vibrante e intenso che esprime tutta l'energia che la natura sprigiona in estate e rivela un gusto mediterraneo che sposa le note amaricanti del cardo mariano, della genziana e della china bilanciate dalla dolcezza della vaniglia.

Dal matrimonio tra i vini bianchi della regione del Lago di Garda e dalle singole macerazioni di diverse botaniche nasce Americano Rosso, un aperitivo rosso naturale ispirato dalla tradizione veneta degli aperitivi. Fra le botaniche risalta la genziana che, con le sue note amaricanti, crea un vino "amaricato".

La linea di Liquori delle Sirene è completata da Americano Bianco e da una serie di bitter aromatizzanti.



CONCORRENTI

DALL'ALTO IN
SENSO ORARIO:
ALEXIS
MARIE-LOUISE,
ANDRE
RIGUAUD,
ANTOINE
ACHERITOGARAY,
GILIAN BARETH.



Conseguentemente l'apprezzamento che negli ultimi anni gli amari hanno avuto in tutto il mondo, anche la Francia

registra molta attenzione sulla categoria merceologica. La Sirene Cocktail Competition 2023 è stata dunque l'occasio-



CONCORRENTI
DALL'ALTO IN
SENSO ORARIO:
INDUR
RANVEER,
JOANNA
MURCY,
JUBA AIT
ABDALLAH.



ne per un interessante confronto sulla miscelazione bitter/amari.

L'Italia condivide con la Francia una

lunguissima tradizione di aperitivi e non a caso il tema del concorso era "L'aperitivo, naturalmente". I protagonisti



Naturale e dorato: un viaggio che dalla tradizione porta lontano. Fatto a mano con amore in piccoli batch. Nasce dall'unione di singole botaniche infuse singolarmente nelle magiche atmosfere del Lago di Garda.

SEMPLICEMENTE NATURALE

NESSUN AROMA O CHIMICA AGGIUNTI

SIRENE



DISTRIBUITO DA RINALDI 1957

RINALDI 1957



CONCORRENTI
DALL'ALTO IN
SENSO ORARIO:
LYES LABAT-
REYMOND,
NICOLAS
KANOR,
MAXIME TURZO.

di questa edizione erano dieci giovani bartender francesi selezionati tra tutti coloro che avevano inviato la ricetta: Antoine Acheritogaray, André Rigaud, Gilian Bareth, Indur Ranveer, Maxime Turzo, Alexis Marie-Louise, Joanna Murcy, Lyes Labat-Reymond, Nicolas Kanor e naturalmente il vincitore Juba Ait Abdallah. I finalisti della competizione francese provenivano dalla capitale e da altre regioni del Paese, il che ha reso la competizione rappresentativa del livello nazionale del bartending.

I bartender francesi hanno una sensibilità che li rende simili a quelli italiani e le ricette in concorso erano accomunate da idee molto intelligenti che sicuramente troverebbero un grande apprezzamento anche in Italia.

Sirene è un craft brand basato su tradizione e dimensione artigiana, dove il “fatto a mano” gioca un ruolo fondamentale. I bartender in concorso e il loro



“fatto a mano” hanno fatto la differenza, dimostrando coraggio, impegno e creatività. Molti di loro erano al loro primo concorso, evidentemente emozionati e, certamente, questa cocktail competition rimarrà uno dei momenti che ricorderanno nel loro percorso formativo e profes-



COCKTAIL

DALL'ALTO IN
SENSO ORARIO:
FRESCHEZA
ESTIVA,
LE CARR' DES
SIMPLES
APERIPEAR,
CORDIALMENT
SIRENE.



sionale.

La giuria era composta da figure di rilievo della bartnding scene francese: Laurence Marot, giornalista di Barmag; Guillaume Quenza, co-owner di Fréquence Paris (n. 98 World's Best Bar);

e da Elisa Carta, fondatrice del brand Sirene.

Il vincitore è risultato essere il giovane Aba Juba Ait Abdallah, bartender proveniente da Toulouse, impegnato presso Nasdrovia, un "bar à cocktail" in cui si



COCKTAIL
DALL'ALTO IN
SENSO ORARIO:
LEMURIE,
MEDITERRE,
PAPA
AMERICANO,
POLYMATHE.



presta molta attenzione all'approvvigionamento dei prodotti, alle materie prime e all'ambiente circostante (e non). Juba ha saputo immedesimarsi nella filosofia del brand. La ricetta vincente, Aperipear (3cl

Sirene Americano Rosso, 3cl Lehmann Dry Gin, soluzione acida, 1 cl shrub di sedano e Kefir alla pera) si caratterizza per il protagonismo di Americano Rosso e si coniuga perfettamente al tema del



COCKTAIL

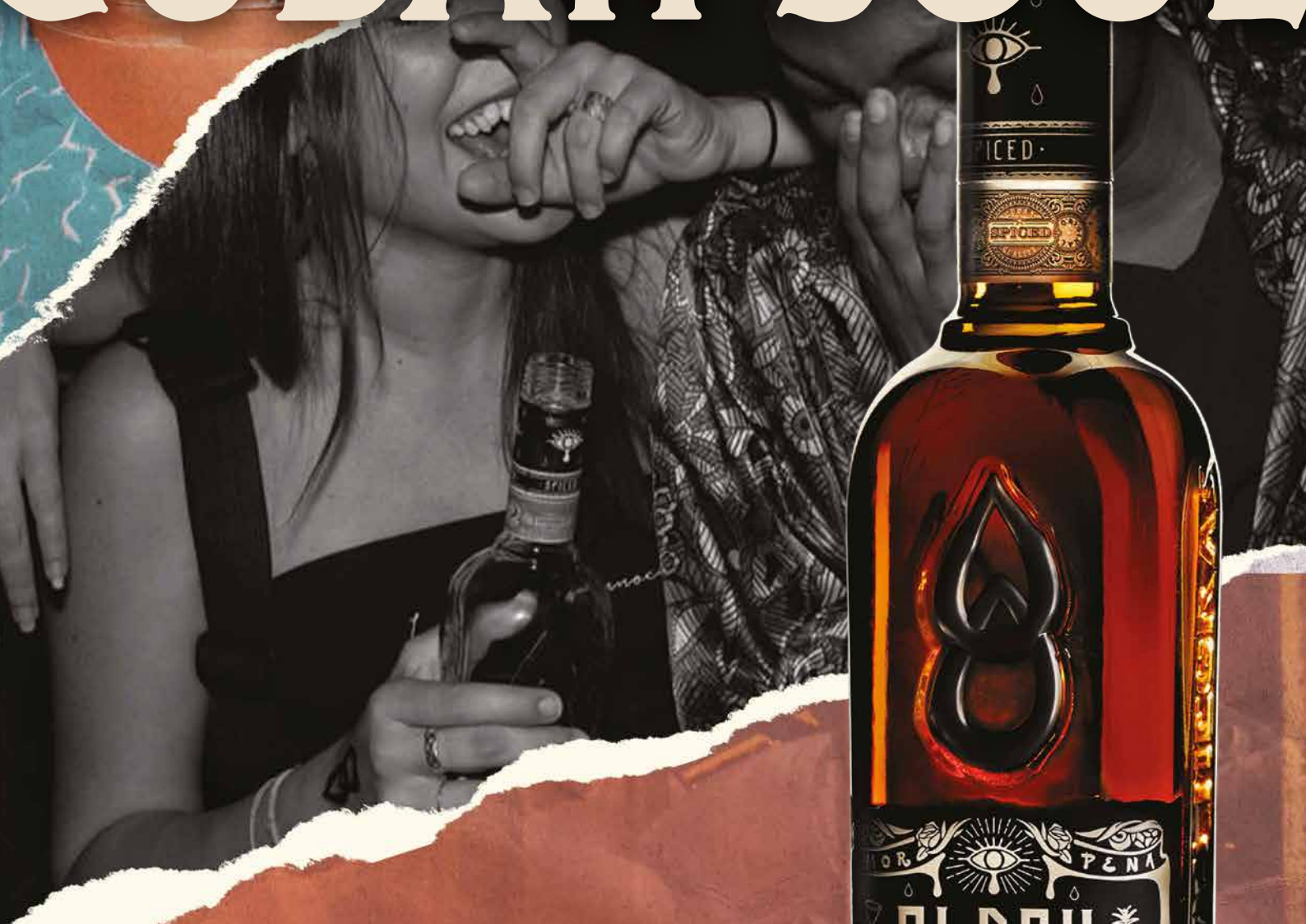
DA SINISTRA:
S'GELTJPG,
RABBARO
AL LAGO.
IN BASSO, LA
GIURIA:
LAURENCE
MAROT,
GUILLAUME
QUENZA,
ELISA CARTA.



concorso. Juba Ait Abdallah si è aggiudicato una botanical experience sul Lago di Garda condotta da Elisa Carta.

Il prossimo anno la Sirene Cocktail Competition tornerà in Italia e i preparativi sono già in corso d'opera.

SPICED WITH CUBAN SOUL



THE ORIGINAL
BLEND OF CUBAN
RUM & SPICES

**BLACK
TEARS** 
LET TEARS FLOW

BlackTears.com

IMPORTATO
E DISTRIBUITO DA



RINALDI 1957

Bevi Responsabilmente