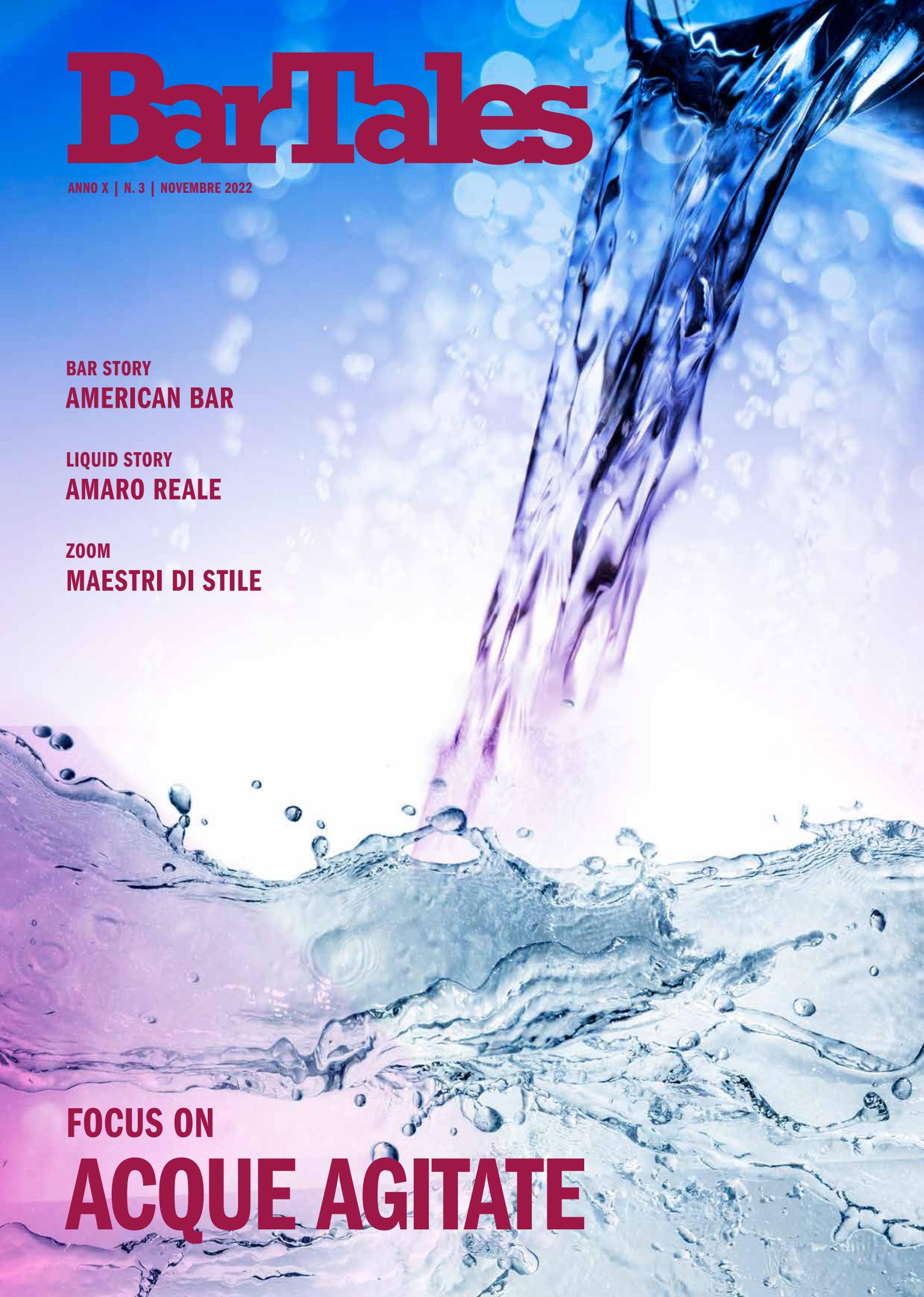


# BarTales



ANNO X | N. 3 | NOVEMBRE 2022

BAR STORY  
AMERICAN BAR

LIQUID STORY  
AMARO REALE

ZOOM  
MAESTRI DI STILE

FOCUS ON  
**ACQUE AGITATE**

# ACQUE AGITATE

Tonic Water,  
alti e bassi  
di un fenomeno  
che riflette  
le incertezze  
del momento

DI FABIO BACCHI



**D**ieci anni fa, insieme alla nascita della nuova Gin Craze, si verificò un aumento vertiginoso di premium tonic water. Tra queste, sotto la spinta delle richieste delle nuove generazioni, la presenza di sodati a basso contenuto calorico. Oggi anche questa categoria di prodotti vede ridotti i propri margini economici da una combinazione di fattori negativi.

Alcuni marchi cercano di riprendersi dalla mancanza di azioni commerciali durante la pandemia, ma l'attuale picco dell'inflazione, i drammatici aumenti dei costi delle materie prime e delle merci, la crisi energetica e la carenza di anidride carbonica, tutti fattori riconducibili alla tragica realtà del momento, non facilitano la ripresa di una categoria che sembrava inattaccabile.

Lo scorso febbraio Transparency Market Research ha presentato un'analisi di mercato che, tuttavia, prevede che, se il

valore globale della categoria nel 2016 era di 1,52 miliardi di dollari, entro il 2025 dovrebbe arrivare a 2,45 miliardi di dollari. Comunque bene, sembrerebbe, ma un gigante della categoria prevede un importante calo di profitto (tra i 60 e 70 milioni di dollari) del suo margine nel breve periodo. Ergo, gli analisti stimano che nel medio periodo i brand più strutturati continueranno la crescita. Inoltre, i grandi produttori sono convinti che a livello globale la categoria avrà sempre più successo nel comparto low calorie che diventerà sempre più premium.

Un altro fattore di crescita sarà il mercato asiatico dove le toniche aromatizzate sono sempre più popolari e apprezzate, specialmente in Cina, Giappone e India. Secondo analisti e grandi brand in futuro il mercato delle toniche sarà dominato proprio dai consumi nell'Est Pacifico.

Questo passaggio verso il consumo del-



le toniche aromatizzate nell'area asiatica è molto seguito dai produttori che lanciano Gin aromatizzati nelle stesse aree, in particolare dai produttori di Gin indiani che potrebbero rivivere la relazione simbiotica di successo che hanno avuto toniche e Gin in Europa nella scorsa decade.

Nel 2020 IWSR Drinks Market Analysis aveva previsto un aumento dei volumi di crescita dei Gin indiani del 16%, ne avevamo già parlato, ed è successo. Molti brand puntano a educare i consumatori al perfect serve del Gin Tonic e dei cocktail a casa, una scelta che riteniamo molto intelligente. Questa dunque la situazione al momento.

Quella che segue è una rassegna di alcune toniche presenti in Italia, più o meno note, di diverso posizionamento di mercato e provenienza, tutte, sicuramente, meritevoli di essere citate.

**Fabio Bacchi**

### **ACQUA MONACO**

Aqua Monaco arriva da Monaco di Baviera, nasce dall'idea di produrre un'acqua minerale locale per il mercato tedesco, ma oggi la gamma si è allargata. Alla fine dell'ultima era glaciale, circa 10.000 anni fa, la pianura ghiaiosa di Monaco era formata da argilla e roccia. Questo strato protettivo naturale protegge l'acqua incontaminata a grandi profondità dalla contaminazione causata dall'uomo.

L'acqua minerale Aqua Monaco si ottiene a 20 km da Marienplatz dalla sorgente Silenca profonda 150 metri. Da gennaio 2018 l'azienda è certificata sostenibile al 100% dal punto di vista climatico e vegano.

Oggi il range di Aqua Monaco conta più di 20 prodotti: mixer, bibite organiche, soda, tutti realizzati in collaborazione con i migliori bartender.



I nuovi concetti, ricette, prodotti, promozioni e attività sono costantemente sviluppati da un team di bartender, chef, artisti, designer, hotel manager e brand. Questo mantiene la qualità costantemente alta e sempre pronta ai cambiamenti.

Dal gusto leggermente acido, con alta carbonatazione, **Acqua Monaco Tonic Water** contiene estratti naturali di lime e limone.

**Tonic Water Biologica** è prodotta con ingredienti 100% bio e non contiene acido citrico.

Tra gli ingredienti troviamo china boliviana e limone. Questa tonica presenta sorprendenti note legnose.

Acqua Monaco è distribuita in Italia da Rinaldi 1957.

## ALPEX

Fonte Plose è una storica azienda familiare nata negli anni '50 dall'intuizione di Giuseppe Fellin. Abile imprenditore e visionario, Fellin comprese la potenzialità delle straordinarie proprietà delle sorgenti d'acqua che sgorgano dalla fonte situata a 1.870 metri sul livello del mare nel Monte Plose, in Alto Adige.

Nel 1957 Giuseppe Fellin realizzò nelle vicinanze della sorgente un attrezzato stabilimento da cui uscirono le prime bottiglie di Acqua Plose. Sin dalle origini l'azienda ha sede a Bressanone (BZ) e la sua attività negli anni è cresciuta sensibilmente. Nel 2020 Fonte Plose ha intrapreso una nuova avventura nell'ambito della mixology di qualità.

La linea Alpex è contraddistinta dall'in-



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**



*Rhum*  
**Barbancourt**

HAITIEN DEPUIS 1862

**SI COLTIVA  
L'ECCELLENZA.**



# STANDARD AMERICANO

## Un nuovo regolamento definisce i caratteri del distillato. Più identità per una maggiore competizione

DI VITTORIO BRAMBILLA

I Single Malt americano è la categoria di Whiskey in più rapida crescita negli Stati Uniti. Lo stile è già riconosciuto da diversi importanti concorsi internazionali di spirit, tra cui il San Francisco World Spirits Competition, il New York World Spirits Competition e il Las Vegas Global Spirit Awards.

Nel mondo dell'american Whiskey c'è una notizia della scorsa estate che ha creato molta eccitazione. Nel giugno 2019 il gruppo commerciale Distilled Spirits Council of the US (Discus) e l'American Single Malt Whisky Commission (ASMWC), che riunisce oltre 130 produttori di 200 referenze Single Malt USA, presentarono all'ente federale Alcohol and

Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) una richiesta di definizione degli standard produttivi di Single Malt Whiskey prodotto negli Stati Uniti. Questa richiesta si integrava nel piano 2018 di TTB con il quale si chiedeva di modernizzare l'etichettatura e le normative pubblicitarie per l'alcol.

La genesi di questo progetto rimanda al marzo 2016 quando, su sollecitazione di Westland Distillery, altre otto distillerie si riunirono attorno a un tavolo per definire lo standard formale di identità per il Single Malt americano. Oltre a Westland, le altre distillerie erano Balcones Distilling, Copperworks Distilling, FEW Spirits, Headframe Spirits, Santa Fe Spirits, Triple Eight Distillery, Virginia Distillery Co





con altre affermate categorie di Whisky e acquisiranno un migliore riconoscimento e maggiore comprensione. Tuttavia per la maggior parte dei distillatori di Single Malt americani, queste nuove normative non cambieranno nulla nelle loro attività quotidiane, piuttosto, rafforzeranno semplicemente ciò che hanno già fatto e continuano a fare.

Venti anni addietro il Whiskey ameri-

cano era sinonimo di Bourbon, dieci anni dopo è arrivata la rinascita del Rye e tutta una serie di esperimenti ibridi. Quello che i produttori sperano è che il Single Malt americano abbia la stessa crescita dei suoi precursori.

Il rovescio della medaglia è che ci sarà uno stop alle sperimentazioni che tanto avevano animato il settore negli USA. Tra queste il single malt di St. George, un



Whiskey introdotto nel 2000, in anticipo sui tempi, che include malti che non sono veramente maltati, sono invece cotti, pratica che lo estrometterebbe dalla nuova categoria.

Un'incognita riguarda i prezzi dei nuovi distillati. Notoriamente l'orzo maltato è esponenzialmente più costoso da lavorare rispetto al mais o alla segale, quindi, ovviamente, i prezzi saranno diversi. Tuttavia si ritiene che rispetto allo Scotch e ad altri Single Malt mondiali, i prezzi dei Single Malt USA saranno più competitivi.

Anche per quanto riguarda la definizione di aroma e il sapore che dovrebbero distinguere i Single Malt americani da quelli scozzesi i tempi sono prematuri. Su questo argomento i produttori americani stanno dibattendo perchè già esistono degli stili regionali differenti. Più tradizionali sulla East Coast, più sperimentali nel nord-ovest, più affumicati con mesquite nel sud-ovest.

Il 27 settembre il TTB ha chiuso i termini entro i quali si potevano apportare suggerimenti e modifiche alla normativa proposta. È arrivato il momento di celebrare una nuova tappa della lunga storia del Whiskey.

**Vittorio Brambilla**

BEV. RESPONSABILMENTE



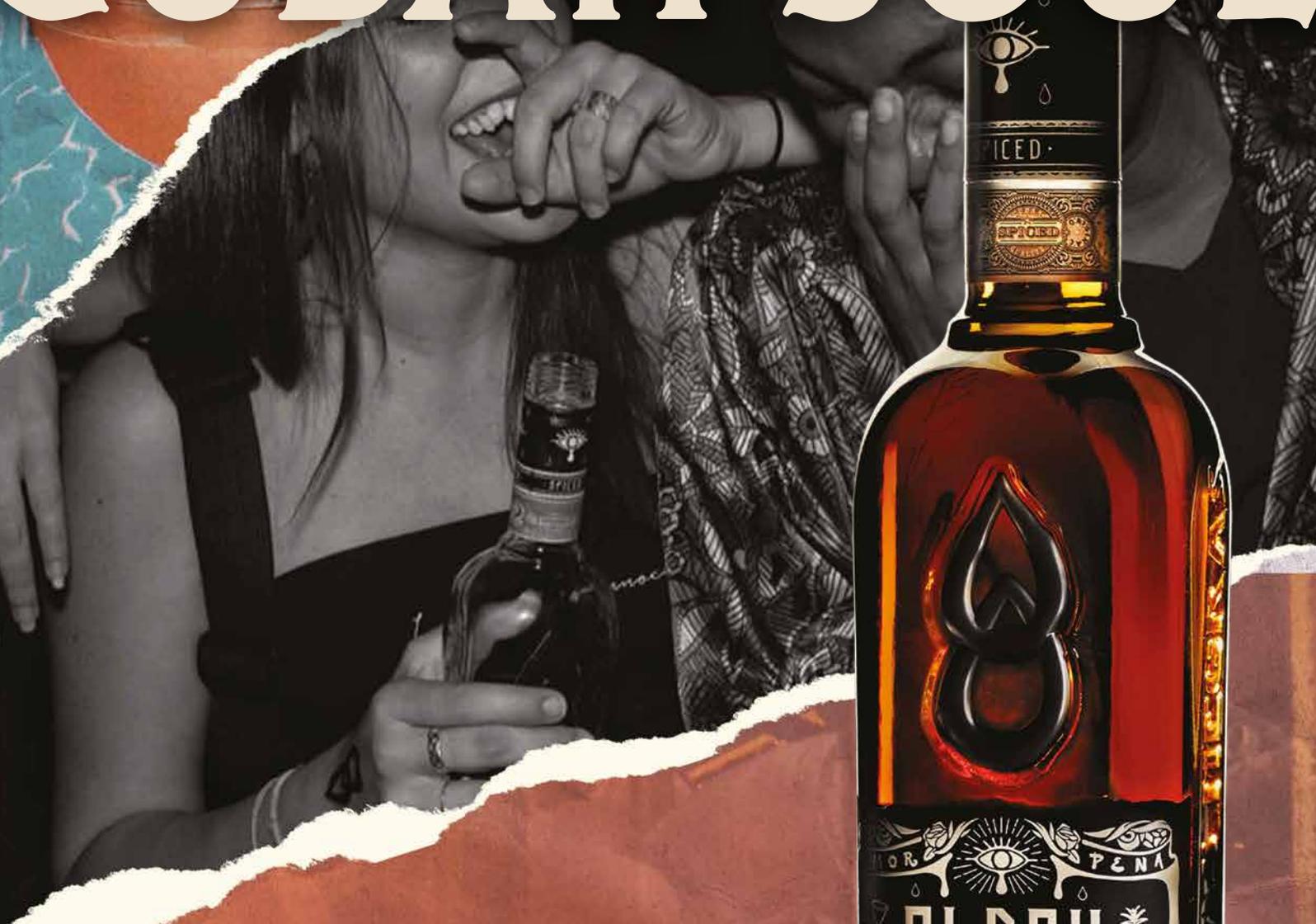
Rappresentato da



RINALDI 1957

*Welcome to Sugarlandia*

# 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