

PAMBIANCO MAGAZINE

WINE & FOOD

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

ANNO VI - N°2 APRILE - MAGGIO 2023

Posto Italiano S.P.A. - Speed in A.P. 70% L.O.M. - in caso di mancato receipto inviare al CMP di Rosarno per la restituzione al mittente previo pagamento res.



ANALISI
M&A, lo shopping
del vino è di moda

INTERVISTA
Gruppo Giacomo Milano

FENOMENI
L'Horeca fa branding
con gli spirits

DOSSIER
Naturale
come fare il vino

LUNGA VITA AL FINE DINING

COVER BY ROB BROWNING

From rags to riches per il BOURBON 2.0



di *Andrea Donà*

ATTUALMENTE È UNA DELLE CATEGORIE DI SPIRITS PIÙ IN VOGA NEL MERCATO DEGLI STATI UNITI, GRAZIE ALL'APPEAL SEMPRE PIÙ POSITIVO DEI BROWN SPIRITS, AL RILANCIO DEI COCKTAIL PREMIUM E ALL'ARTE DELLA MIXOLOGY.

Nel 2021 l'american whiskey - chiamato anche bourbon - ha inciso per il 13% del valore totale del mercato statunitense degli spirit, in crescita del 7% rispetto all'anno precedente, con extra-performance della fascia di prezzo super-premium a +17 per cento. Un trend positivo che sta portando in alto i volumi delle vendite e rilanciando l'immagine del whiskey statunitense in maniera così evidente e perentoria da scomodare epiteti come 'la nuova golden age del bourbon'. Per *Drinks International*, l'american whiskey è arrivato a essere il terzo distillato più consumato nei cocktail bar di tutto il mondo, mentre i grandi player internazionali stanno acquistando diverse distillerie made in Usa.

SECONDO ASSE DI SVILUPPO PER CAMPARI

Lo scorso anno, il gruppo Campari ha dichiarato di voler

portare la categoria dei bourbon al secondo posto come asse di sviluppo del gruppo, subito dopo quella degli aperitivi. Una strategia che parte da lontano, quella dell'azienda guidata dal CEO **Bob Kunze-Concewitz**: è del 2009, infatti, l'acquisizione di **Wild Turkey** il marchio di Lawrenceburg nato nel 1869 per mano dei fratelli **Ripy**, sull'omonima collina. Più recenti, invece, l'ingresso in **Howler Head**, con una partecipazione iniziale del 15%, e la ben più cospicua operazione che ha portato in dote, a fine 2022, il 70% di **Wilderness Trail Distillery** con un deal da 405 milioni di euro. Quest'ultima è una distilleria artigianale premium fondata nel 2012 nel cuore pulsante dell'american whiskey a Danville, Kentucky, con l'obiettivo di produrre bourbon e rye whiskey (quello a base di segale) di altissima qualità.

ITALIA MERCATO IN CRESCITA

In Italia il mercato dei whisk(e)y - nella doppia ortografia senza 'e' per il tradizionale scotch e con, nella terminologia americana o irlandese - è in crescita e con esso il numero

di appassionati del settore, anche se il consumo medio annuale rimane piuttosto basso attestandosi intorno ai 0,2 litri pro capite contro, per esempio, i 2 litri dei francesi, da anni saldamente in testa in questo specifico ranking. Anche nei ristoranti questi distillati iniziano a fare capolino nelle ricette gourmet o come alternativa al vino per accompagnare le pietanze.

"Negli ultimi cinque anni si è visto un miglior apprezzamento dei whiskey americani e un aumento della conoscenza delle caratteristiche del prodotto", racconta **Gabriele Rondani**, marketing & pr director di **Rinaldi 1957**, società attiva nella distribuzione di prodotti alcolici. "Minore importanza viene data al prezzo grazie anche agli acquisti condivisi e alla possibilità di partecipare a eventi dedicati. Questo ha aumentato il consumo dei prodotti di fascia alta e dunque di qualità più elevata". Per quanto riguarda le vendite, "le disponibilità in Italia - continua Rondani - sono sempre state piuttosto contingentate data la grande diffusione e consumo negli Usa. Ora assistiamo a un'inversione di tendenza anche grazie alle numerose ottime micro distillerie artigianali che stanno nascendo un po' ovunque negli States". Per l'azienda, quindi, "l'ultimo anno è stato di notevole crescita con un +20% di vendite su un segmento che vale circa l'11% di tutto il comparto dei Brown Spirits".



Da sinistra, due referenze di James E. Pepper, parte del portafoglio di Rinaldi 1957 e i bourbon whiskey Yellowstone e Rebel 100 di Meregalli



Un momento dall'ultima edizione del Roma Whisky Festival

TRAINA IL PREMIUM

“Indubbiamente - prosegue Rondani - stiamo andando verso una premiumisation innescata da una maggiore qualità del prodotto, packaging più accattivanti e una comunicazione più efficace. Se a questo uniamo la maggiore disponibilità di bottiglie e le numerose occasioni di degustazione che si possono fare ad eventi come festival e masterclass ben supportati dai social network, notiamo come il consumatore finale si è avvicinato moltissimo, soprattutto nella fascia più giovani come quelle degli under 35 ed è disponibile a uno spending più elevato”. Dello stesso avviso è **Corrado Mapelli**, direttore generale del **Gruppo Meregalli**, secondo cui il trend degli american whiskey è in grande crescita. “Nel 2019 il segmento valeva l'8% di tutto il comparto whiskey, mentre nel 2022 siamo arrivati al 14% e le previsioni sul 2023 sono di ulteriore crescita”, racconta Mapelli. A far da traino sono i prodotti a più alto valore aggiunto (premium e ultra-premium) che hanno sì prezzi più alti ma anche maggiore qualità e innovazione rispetto al passato. Basti pensare ai diversi ‘finishing’ che si stanno diffondendo (come quelli in botti utilizzate per il porto tawny, lo sherry, l'armagnac e il rum agricolo fino ad arrivare a quelle da chardonnay e pinot nero,

ndr). Dalle analisi delle vendite relative alle tipologie di bourbon di maggiore interesse per il mercato, emerge che le più gettonate “sono senza dubbio le limited edition e i single barrel bourbon ma molta attenzione si nota anche sugli small batch sour mash whiskey, nonché single barrel rye e serie limitate di whiskey americano, giusto per citare i principali”.

PAROLA ALLA COMMUNITY

Insomma, una whisky revolution vera e propria, amplificata dai numerosi festival dedicati che ogni anno vengono organizzati in diverse città italiane come Roma, Milano e Firenze a cui fanno seguito masterclass, corsi e degustazioni guidate che stanno contribuendo a far entrare lo spirit targato ‘stars & stripes’ nella nostra cultura popolare. L'edizione 2023 - l'undicesima - del Roma Whisky Festival, che si è tenuta lo scorso febbraio nel Salone delle Fontane all'Eur, “ha confermato i risultati della 2022, la prima post covid accolta dal pubblico di appassionati con grandissimo entusiasmo e voglia di tornare a socializzare”, racconta la Brand Ambassador e Academy Coordinator **Chiara Marinelli**. “Quest'anno abbiamo avuto oltre cinquemila visitatori con 75 stand e 50 aziende partecipanti. I brand rappresentati sono stati 200 per oltre mille referenze. Alle masterclass (20), ai seminari

sulla mixology (2) e ai corsi 'ABC del whisky', abbiamo registrato un unanime sold-out". A proposito dell'attenzione verso gli american whiskey, questa "è cresciuta moltissimo - afferma Marinelli - sia a livello di conoscenza del prodotto che di interesse nel degustare e ricercare la novità. Ovviamente siamo ancora un po' indietro rispetto agli scotch e ai single malt come notorietà e diffusione, ma le nuove generazioni sono particolarmente incuriosite, lo vediamo dalle domande che fanno ai nostri corsi e dalla presenza negli stand dedicati". Non è un caso, infatti, che il premio Whisky & Lode 2023 nella categoria 'Best World Whisky' sia stato vinto da Angel's Envy, un Kentucky straight bourbon affinato in barili di porto. Secondo **Davide Terzotti**, uno dei fondatori di **Whisky Club Italia**, la community nata nel 2014 con l'intento di divulgare la cultura del whisky mondiale, è ormai opinione diffusa che "bere un whisky ricercato non è più un fatto di status e di distinzione sociale ma è un modo per conoscere e approfondire un universo in continua evoluzione". Il bourbon "sta giocando benissimo le sue carte: versatilità in miscelazione, buona comunicazione del racconto della storia e del valore di un

brand, unito alla sua innata morbidezza e gradevolezza dell'aroma. Tutte qualità che lo rendono facilmente comprensibile a ogni tipologia di consumatore".

IL PUNTO DI VISTA DELLA MIXOLOGY

Interessante, infine, il punto di vista di chi quotidianamente racconta gli spirits con le proprie creazioni. Come quello di **Francesco Cimaglia** romano, 28 anni, diverse esperienze come bartender all'estero - prima a Londra in un albergo della catena Rosewood, poi a Parigi all'Herbarium di Oscar Quagliarini - dal 2021 Bar Manager di **Oro Whisky Bar** a Roma. "Il bourbon sta spopolando soprattutto tra i clienti più giovani e gli under 35", racconta Cimaglia. "Per le richieste andiamo da evergreen come l'old fashioned e il whiskey sour ma anche i più 'easy' highball, senza dimenticare i rye, bevuti lisci". Nei prossimi cinque anni "saranno disponibili molte nuove referenze e questo soddisferà i clienti più curiosi e appassionati. Tra i nostri fornitori ci sono alcuni imbottiglieri indipendenti, grandi conoscitori della materia e capaci di realizzare produzioni di altissima qualità". Benvenuto barbour 2.0!



Il whiskey americano sta riscontrando un certo successo anche grazie alla mixology