

LA CAVALCATA DELL'APERITIVO

 Gaetano Belloni

Una parola che significa allo stesso tempo un momento di consumo e una famiglia di alcolici. Per entrambi i casi, dobbiamo parlare di crescita dei consumi. Lo conferma **Gabriele Rondani, Marketing & Pr Director di F.lli Rinaldi**: «Le performance dell'aperitivo sono positive, in particolare nella ristorazione commerciale, dove viene sempre più spesso proposto ai clienti una versione più ricercata rispetto al passato. In alcuni ristoranti la proposta di cocktail da aperitivo accompagna anche le pietanze durante tutto il pasto, per consentire un abbinamento più innovativo e moderno». Il mercato degli aperitivi, precisano da Martini, «**continua il suo trend di crescita (+4,5% fonte Nielsen on+off gennaio 2018)**, grazie al perdurante



I PRODOTTI



CAMPARI

CAMPARI

**COMPAGNIA DEI
CARAIBI**

F.LLI BRANCA

F.LLI GANCIA

PRODOTTO

Aperol

Bitter Campari

Riserva Carlo
Alberto Bianco

Punt e mes

Galliano
L'Aperitivo

DESCRIZIONE

Dal colore arancio vivace, ha un gusto dolce-amaro inconfondibile, grazie a una ricetta segretissima

L'aperitivo per eccellenza. Il gusto, l'unicità, l'identità e la "Red passion" sono da sempre il simbolo di un prodotto diventato mito

Un vermouth dal sapore dolce e dal corpo pieno

Ha un colore rosso scuro, profumi di erbe aromatiche, caramella mou e chiodi di garofano, sapore corposo

Nasce dall'assemblaggio di 51 matrici vegetali che comprendono estratti e infusi di agrumi mediterranei

ELEMENTI DISTINTIVI

1. Prodotto con materie prime, erbe e radici in perfetta armonia

1. Realizzato con l'infusione di erbe, piante aromatiche, frutta in alcool e acqua

1. Ingredienti rari
2. Prodotto al 100% con due vini: l'Erbaluce di Caluso e il Moscato d'Asti

1. Vermouth conosciuto per il giusto equilibrio tra nota agrumata e nota amara

1. Triplice anima: vermouth, aperitivo, e bitter al tempo stesso

FORMATO

Bottiglia 70 cl, 100 cl, 300 cl

Bottiglia 70 cl, 100 cl, 300 cl

Bottiglia 1 l

Bottiglia 100 cl

Bottiglia 50 cl

PREZZO

Premium

Premium

Premium

Premium

Premium

Il successo? È una questione di dialettica

Convincere i consumatori è lavoro appagante. Ma richiede costanza, ascolto, attenzione. È questa la ricetta di **Gabriele Rondani, Marketing & Pr Director di F.lli Rinaldi**, per continuare nell'azione di consolidamento dei numeri. Come intende farlo? «Facendo assaggiare i prodotti direttamente ai clienti, per consentire una rotazione superiore – spiega Rondani –. **Organizziamo aperitivi con l'aiuto di affermati bartender**, in modo da coinvolgere la clientela del ristorante in un momento diverso dal pranzo, nel quale può avere un rapporto dialettico con il ristoratore e il nostro bartender ed essere informata. I nostri sono innanzitutto prodotti e come tali, possono essere anche ottimi ingredienti per cocktail ricercati. Per esempio, **Rinaldi sta proponendo Formidabile come bitter nel perfetto Negroni Italiano**, realizzato con 2 dosi di Formidabile, 3 di Vermouth Oscar 697 Rosso e 4 di Ginepraio, il gin 100% biologico e 100% toscano: un cocktail semplice e re degli aperitivi».



Segue a pag. 102



F.LLI GANCIA

Vermouth Rosso di Torino

Perfetta unione di vino, zucchero e una ricercata selezione di erbe e spezie, tra cui l'artemisia piemontese e la china

1. Ricetta originale del 1852

Bottiglia 75 cl

Premium



F.LLI RINALDI

Oscar 697 Rosso

Vermouth ideato da Stefano Di Dio con la collaborazione del bartender Oscar Quagliarini

1. Realizzato con vino Trebbiano di Romagna

Bottiglia 70 cl

Premium



ILLVA SARONNO

Disaronno

Il liquore italiano più bevuto al mondo, caratterizzato da un gusto originale e da un inconfondibile aroma

1. Bottiglia dal design unico e dal tappo che le conferisce eleganza e modernità

Bottiglie 5 cl, 70 cl, 100 cl, 175 cl

n.d.

Il ruolo dell'innovazione

In un mercato che può apparire come fin troppo statico, l'innovazione è una porzione importante del successo. Da questo presupposto nascono le nuove proposte di **Fabrizio 1905** con una linea specifica per il momento dell'aperitivo. Nella stessa direzione anche gli sforzi di posizionamento di **Paola Visconti, Marketing Manager di F.lli Gancia**: «**Il Vermouth di Torino**, presentato in anteprima a Vinitaly quest'anno, è un prodotto unico, nato con l'obiettivo di rafforzare l'identità e il valore della marca, grazie a una bottiglia nel formato 75 cl che riproduce l'etichetta originale del passato, in linea con le tendenze del mercato e della miscelazione moderna. Prodotto in modo tradizionale, rispettando la ricetta originale della famiglia Gancia del XVIII secolo ed estrapolandone i segreti, il Vermouth Rosso di Torino Gancia è strutturato, particolarmente ricco e intenso, grazie alla sapiente scelta delle materie prime, tra cui artemisia piemontese, noce moscata e china, **eccellente da solo e ottima base per la creazione di cocktail distintivi** e di qualità, dai classici quali Americano e Negroni, ai più innovativi».

Illva Saronno, spazio al bartending

Si scrive aperitivo, si legge **Disaronno Sour e Disaronno Mule**. Il momento dell'aperitivo si interpreta, in casa Illva Saronno, principalmente attorno a questi due cocktail: «Sono anni che stiamo lavorando a "360°" – spiega **Claudio Giuliano, Brand Champion di Illva Saronno** – con i bartender per spingere il momento di consumo, con il consumatore per attivazioni dirette, anche con il mondo del retail».

In particolare, il brand sta lavorando con il mondo del bartending per spiegare come stimolare questo momento di consumo ed essere presenti e convincenti nel momento in cui i consumatori fanno la loro richiesta. Per riuscire, la creatività è la chiave vincente: «Abbiamo scelto di proporre una caraffa per incoraggiare i consumatori a condividere con i loro amici il drink».



Segue da pag. 101



I PRODOTTI			
AZIENDA	MARTINI&ROSSI	MEREGALLI	SAGNA
PRODOTTO	Martini Bitter Riserva Speciale	Vermouth Etrusco bianco	Vermouth Antica Torino
DESCRIZIONE	Realizzato esclusivamente con ingredienti naturali, viene affinato nei tini di legno dei vermouth Riserva Speciale	Colore giallo ambra, profumo con note amaricante, agrumate e di fiori, gusto caldo e avvolgente	Nato dall'intuizione di Vittorio Zoppi, con l'aiuto del produttore di vino Sagrantino Filippo Antonelli e della sommelier Paola Rogai
ELEMENTI DISTINTIVI	1. Ingrediente ideale per cocktail innovativi	1. Prodotto da Tenuta Fertuna a Gavorrano (Gr), con vino bianco aromatizzato	1. Realizzato esclusivamente con prodotti naturali, senza componenti di sintesi
FORMATO	Bottiglia 70 cl	75 cl	Bottiglia 75 cl
PREZZO	Premium	Premium	Premium

ALLEANZE

Collaborazione nel segno del vermouth

Da una parte, una famiglia storicamente attiva nell'innovazione continua. Dall'altra, un nome che è associato all'esperienza e alla tradizione. Parte da qui **la nuova collaborazione tra Bottega e Lamberto Vallarino Gancia**. Il risultato? **Due esclusivi vermouth, uno rosso e uno bianco**. Entrambi i prodotti sono caratterizzati da un'intuizione di grande spessore, ovvero dalla selezione come base non di un generico vino indistinto, ma di un **Merlot del Veneto per il Vermouth Rosso** e di un **Pinot Grigio per il Vermouth Bianco**. Sono i due vini più rappresentativi della DOC Venezia, un territorio di grande vocazione enologica, racchiuso tra il Mare Adriatico e i primi rilievi collinari della Marca Trevigiana. Un estratto unico e speciale, risultato di una ricetta innovativa realizzata con più di 30 piante botaniche e naturali, è il segreto dei due vermouth Bottega.

gradimento del consumatore verso il bere miscelato, con prevalenza dei cocktail classici». In questo contesto, come sottolinea l'azienda torinese, **«la ristorazione commerciale sta acquistando una sempre maggior rilevanza per i consumi** dei nostri prodotti a causa del diffondersi dell'abitudine di aprire la cena al ristorante con un cocktail o, meglio, accompagnarla interamente con un drink».

I tempi, insomma, sono favorevoli, anzi favorevolissimi alla crescita dell'aperitivo. Un successo che nasce, tra le altre cose, anche da una certa consolidata tradizione, come spiega bene **Leonardo Sagna, Responsabile Marketing di Sagna**: «Il momento dell'aperitivo è sempre stato un appuntamento fisso in Italia, con declinazioni diverse a seconda delle epoche, ma mantenendo inalterato lo spirito. Attualmente viviamo la riscoperta del Vermouth, padre fondatore dell'aperitivo, e conseguentemente dell'arte della miscelazione, capace di esaltarne le caratteristiche grazie alla sempre maggior ricerca dei barman nella storia, nelle tecniche e nei prodotti. Ne sono un esempio il Vermouth Antica Torino e il Gin Panarea, che abbiamo il piacere di distribuire e che riscuotono un sempre maggior successo presso coloro che fanno della qualità la loro bandiera».

TREND

Vermouth, la ristorazione sfida il bar

L'aperitivo è in ascesa. Ma qual è il prodotto, nella categoria, che spicca per performance? Secondo **Francesco Pirineo, Head Brand Ambassador Compagnia dei Caraibi e Brand Manager Riserva Carlo Alberto**, «il Vermouth rosso è quello maggiormente bevuto in quanto è il primo della categoria a essere entrato sul mercato e successivamente utilizzato in miscelazione non solo nei grandi classici come Negroni o Manhattan ma anche nelle nuove idee di miscelazione. **A oggi, il principale canale di utilizzo è stato l'Horeca, ma con l'evolversi del mercato anche la ristorazione sta facendo la sua parte** con i consumi e con il ritorno del Vermouth come aperitivo pre dinner. Ovviamente questo ha permesso una diffusione maggiore del prodotto anche in canali distributivi come il cash&carry rendendolo più facilmente reperibile per il nostro consumatore».

ANCHE LA RISTORAZIONE HA DATO SPAZIO ALL'APERITIVO