**[Repubblica.it](http://www.repubblica.it/)** [**Sapori**](http://www.repubblica.it/sapori/)

Cocktail bar 2.0: per bere sempre meglio servono meno mode e più ricerca



*Messi da parte i tempi dei menu piatti e uniformati, cresce sempre di più in Italia la cultura della miscelazione. Da Torino a Palermo, il panorama è vasto e molto interessante.*

[***I 18 cocktail bar da non perdere***](http://www.repubblica.it/sapori/2017/02/10/foto/guida_fotografica_migliori_cocktail_bar_italiani-157787982/1/)

di FEDERICO DE CESARE VIOLA 10 febbraio 2017

Se da un paio di stagioni, nel nostro palinsesto televisivo, c’è spazio anche per**il primo talent tutto dedicato al mondo del bartending** vuol dire che in Italia l’attenzione dedicata alla mixology, evidentemente, non è mai stata così alta. **Sembrano più lontani i tempi in cui, dietro ai banconi dei cocktail bar, si pestava furiosamente solo la menta per i Mojito o il lime per la Caipirinha**, si somministrava senza sosta "Sex on the Beach" e, nella migliore delle ipotesi, si shakerava il pur sempre elegante Cosmopolitan. Negli ultimi anni abbiamo assistito a **un'esplosione di speakeasy** (i bar ispirati alle attività clandestine nate negli Stati Uniti durante l’epoca del Proibizionismo), di **bar monotematici**– dai gin corner ai vermouth bar - e di ambiziosissime liste dei drink. E nel frattempo si è certamente affinato il palato del pubblico, più colto ed esigente.

[I 18 cocktail bar da provare a ogni costo](http://www.repubblica.it/sapori/2017/02/10/foto/guida_fotografica_migliori_cocktail_bar_italiani-157787982/1/)

* [](http://www.repstatic.it/content/nazionale/img/2017/02/07/174616925-a160a775-0493-4fa6-96ad-79b358c19970.jpg)

Condividi

 "Nell’ultimo decennio la miscelazione in Italia è cresciuta all’inverosimile, **la nuova generazione di bartender ha molta cultura**, i ragazzi sono preparati e sanno molto più di quanto noi sapevamo alla loro età. È però importante capire che non basta il nozionismo ma serve comunque una grande esperienza dietro al banco". **Ne è convinto Edoardo Nono**, che ha esordito professionalmente nel ’90 e nel 2002 ha inaugurato il Rita & Cocktails (per tutti semplicemente “il Rita”) a Milano, sicuramente uno dei luoghi che ha più contribuito alla cultura del bere miscelato in una città in cui la concorrenza per restare ai vertici è spietata. **Si va dal decano della mixology molecolare Nottingham Forest di Dario Comini** (tra i 50 migliori bar del mondo) al Mag Café e al suo alter ego “segreto” 1930 **fino al Dry Cocktails & Pizza, uno dei maggiori successi delle ultime stagioni** dove, come suggerisce il nome, si può abbinare la focaccia al vitello tonnato o la margherita ai favolosi French 75 e Ibisco Sour miscelati dall’eccellente Guglielmo Miriello. Si gioca tanto sull’offerta quanto sull’ambiente,**e non è sempre facile anticipare o almeno capire dove si sta muovendo il gusto del pubblico** e quale possa essere il format capace di assecondarlo.  
  
«In Italia ci sarà un po’ un ritorno al classico – prosegue Nono - **il bar ideale è piccolo, con poche sedute e molto bancone**, dove i clienti sono seguiti con attenzione e c’è un rapporto vero con il bartender. **Allo stesso tempo mi pare che si stiano finalmente abbassando le armi e si metta a frutto l’esperienza di tutto questo periodo bulimico** e di questa fascinazione eccessiva per il periodo del Proibizionismo, con il suo corredo di barbe e baffi. Anche se con un locale di dimensioni ridotte è difficile viverci, sicuramente il sentimento è quello di andare verso la coccola e la personalizzazione del servizio».

*Rita&Cocktails, l'interno*

 Il concetto di “tailor-made” è quello che caratterizza, da ormai un po’ di stagioni, anche la filosofia di **Emanuele Broccatelli**, uno dei grandi protagonisti sulla scena romana della mixology. Di ritorno da Londra, dove lavorò al bar del Corinthia, in questi anni è passato dal **Caffè Propaganda** all’**R Bar**dell’Hotel Majestic a **47 Barrato** nel Rione Monti e ora sta per lanciarsi in uno nuovo progetto di cui parleremo dettagliatamente nei prossimi giorni. "Oggi molti barman, soprattutto i più giovani, non ascoltano il cliente, vogliono sempre dimostrare qualcosa e mettono il proprio ego davanti a tutto. Invece **è fondamentale capire chi si ha davanti e cosa vuole bere**, lo scambio con il cliente, in sala e al banco, è la cosa più importante".  
  
L’altro tema caldo, in Italia, sembra essere la **riscoperta del nostro patrimonio liquoristico**: "Dopo tanti anni in cui abbiamo solo guardato nel giardino degli altri - sottolinea Broccatelli - ci siamo finalmente accorti che anche noi abbiamo prodotti favolosi su cui è giusto investire. Il paradosso è che in America, ad esempio, l’hanno capito prima di noi con i tanti *amari bar*". A proposito di concept tematici, a Roma il pubblico può contare oggi sul **Gin Corner** dell’Hotel Adriano, su **La Punta**, la nuova agaveria aperta da due dei soci del Jerry Thomas Project (lo speakesy pioniere della Capitale) e di Freni e Frizioni, e **tutto dedicato dunque a tequila e mezcal e all’autentica cucina messicana**, e anche, da appena qualche settimana, su [**Ercoli 1928** ai Parioli](http://www.repubblica.it/sapori/2017/01/13/news/lazio_roma_recensione_ristorante_ercoli_1928_parioli-155897280/), che sta registrando il tutto esaurito con**la sua formula bottega, bistrot e vermouth bar**, con una selezione notevolissima da degustare in purezza o come base di ottimi cocktail, dal Benedettino al Martinez al Milano-Torino.  
 

*Emanuele Broccatelli*

Ma quella dei bar monotematici è più una moda o una direzione consistente da seguire?  "Per la mia esperienza milanese – è di nuovo Edo Nono del Rita a parlare –**i bar specializzati sono a rischio**. Il fenomeno gin mi sembra che si stia ridimensionando, la recente passione del mezcal mi pare contenga soprattutto una bolla speculativa mentre per i sake bar non credo ci sia ancora la giusta cultura in Italia. Io personalmente adoro il vermouth ma è comunque un prodotto limitato nelle combinazioni, mi sembra più un colpo di fiamma e dubito che possa fare molta strada. **A meno che, naturalmente, non si metta a fianco una buona cucina e allora anche le miscelazioni specializzate possono funzionare bene"**. Sulla crescita esponenziale della microliquoristica territoriale, anche Nono non ha dubbi: "Basta pensare alla fama oltreoceano del Fernet Branca: questa cosa ci sta stimolando a riscoprire i prodotti del nostro territorio, sarà una tendenza che continuerà a crescere nei prossimi anni. C’è anche una ragione economica: molti spirits sono sempre più cari e **qualcuno comincia a guardare alle bottiglie un po’ dimenticate ma versatili e con prezzi competitivi.** La cosa più interessante che sta succedendo in Italia è però il risveglio del Sud. Si organizzano tantissimi corsi frequentati da centinaia di persone, c’è molta sete di mixology di qualità e il motore di questo fenomeno è la formazione".  
  
Ci spostiamo dunque a Bari, allo **Speakeasy** di Vincenzo Mazzilli e del suo socio Nicola Antonio Milella. "**La scena qui in Puglia, e più in generale al Sud, è ancora molto acerba** e all’inizio viveva di molti cliché. Noi quando abbiamo aperto, nel 2011, abbiamo dovuto prima creare il gusto della nostra clientela con i cocktail più conosciuti, come ad esempio un vodka sour, però realizzati con grande qualità. Oggi ci accorgiamo che da noi arrivano sempre più clienti abituati a viaggiare e a bere bene e questo crea un network e aiuta a fare cultura". La bandiera dello Speakeasy barese è la territorialità. In carta va molto forte il **Murgia Collins**, twist sul più famoso “Tom”, **preparato con Gin Hendrick’s, liquore al timo selvatico delle Murge pugliesi, succo di limone femminello e soda.** "Lavorare con prodotti del territorio - prosegue Mazzilli - ha diversi aspetti positivi. I clienti internazionali cercano unicità e localismo e allo stesso tempo il pubblico pugliese si avvicina perché si sente rassicurato da sapori che già conosce. Si tratta anche di un’esigenza:**le materie prime stagionali e del territorio sono di grande qualità e anche sostenibili a livello economico"**.  
   
I**temi forti per le prossime stagioni**quali saranno, dunque? Per Nono **i “frozen”** " ma usando spezie e profumi diversi, con contaminazioni tra frutta e sapori erbacei. E poi stanno molto tornando**i whisky**, soprattutto quelli giapponesi". Per Mazzilli continuerà ad essere **il localismo**: "Lavoreremo con prodotti come l’albicocca di Galatone o la clementina di Martina Franca con cui facciamo il Puglia Mule". Broccatelli, invece, insisterà con i suoi **“cocktail d’autore”**, ovvero gli imbottigliati su cui ha tanto lavorato con successo negli ultimi anni ma "anche sulle fermentazioni con frutta e verdura. Io spero che tutte queste mode, come quella del gin o del vermouth, un po’ scendano, **perché c’è il rischio che tutto si appiattisca senza coerenza e con poca ricerca.** Ci abbiamo messo tanto per uscire dalla dittatura delle grandi aziende e sarebbe un peccato perdere la voglia di fare ricerca".