Social e abbinamenti inconsueti nel numero di novembre di Mixer

screenshot-14-0325bbee

[caption id="attachment_115270" align="alignleft" width="231"]David Migliori David Migliori[/caption]

Non stupisce che un giornale che ha scelto di puntare sull'idea di miscelazione (fin dal nome che campeggia in copertina!) ponga attenzione a tutto quello che è contaminazione, come i dolci abbinati ai cocktail, e alla condivisione di esperienze, che oggi significa condivisione sul web.

Su questo fronte sono tre le fasi in cui i clienti utilizzano internet e i social network: "prima", nella ricerca del locale, "durante", nel momento del consumo e, "dopo", raccontando cosa hanno consumato e dove.

Ne parliamo in maniera approfondita, grazie ai risultati di una ricerca fatta in esclusiva per Mixer: tra le persone che entrano in un locale per bere un caffè al volo, mangiare una pizza o fare un aperitivo, circa un terzo considera normale far partecipe della propria opinione "il resto del mondo", scrivendo un giudizio o postando una fotografia. Anticipo un altro paio di dati a mio avviso particolarmente interessanti: si stima che quasi il 60% delle recensioni siano positive, mentre, parlando di servizi, il 37% degli avventori considera importante la presenza della connessione wi-fi.

Passando alle contaminazioni, la simpatica copertina e l'articolo collegato lasciano molto spazio ai dubbi sull'argomento di cui ci occupiamo. Il connubio tra cocktail e dolci è un tema di frontiera: se poteva essere considerato un azzardo in passato, oggi può essere una nuova modalità con cui incuriosire gli avventori, sperimentare nuovi abbinamenti e allargare le possibilità di diffondere la cultura della mixability.

Questo mese presentiamo ben tre dossier dedicati ad altrettante merceologie. Sulle grappe forniamo spunti per rendere più appetibile e accattivante un prodotto di punta del made in Italy e suggeriamo l'idea di proporla miscelata. **Per gli spumanti**, facciamo parlare produttori, enologi ed

esperti, per capire - al di là dei numeri e di alcune novità - cosa si muove nel comparto: ad esempio, segnaliamo che il bio avanza e ci sono interessanti novità nel metodo classico.

Sul fronte degli spirits, ci siamo concentrati sui numeri (+200.000 litri venduti secondo i dati Formind) e sui momenti e le modalità più adatte al loro consumo. **Molti lettori troveranno spunti utili per la propria attività quotidiana leggendo** la nuova “puntata” del nostro viaggio nel mondo delle catene commerciali, la rubrica sugli attrezzi del mestiere (tutto quello che bisogna sapere sull’Ice Carving) e la guida alle caratteristiche delle farine.

Last but not least, non potevamo dimenticare il re incontrastato del bar: sua maestà il caffè apre il numero di novembre con un articolo che fa luce sulle nuove soluzioni per proporlo, ad esempio (tornando al tema della contaminazioni), come base per gelato o per creme, e nuove alternative all’espresso in tazzina, disponibili grazie a inediti metodi di estrazione.