Diageo Reserve World Class individua le tendenze liquide del 2019

wcgf-trends-cocktail-tea-tonic-low-alcool-3924a03b

Il mondo è ormai nel pieno della cocktail revolution. Quasi un quarto degli americani beve cocktail durante le serate con gli amici , così come quasi un quinto dei consumatori nel Regno Unito . Negli ultimi otto anni, la London Cocktail Week, il più grande festival del settore al mondo, è cresciuto di oltre quattro volte, fino a coinvolgere 230 bar e 30.000 amanti dei cocktail . Un rinascimento dei cocktail che pone nuova enfasi sulla qualità a discapito della quantità. I consumatori vogliono bere “meglio”, non necessariamente di più, e sono alla ricerca, oggi più che mai, di nuove esperienze, di sapori differenti e di bevande qualitativamente superiori.

In questo contesto Diageo Reserve World Class, la gara di bartending internazionale istituita da Diageo, diventa un osservatorio privilegiato delle ultime tendenze grazie anche alla partecipazione di oltre 50 finalisti da tutto il mondo che portano sul palcoscenico della gara più aspirazionale del settore le loro esperienze e know-how. È proprio durante la finale di quest’anno svoltasi a Berlino che ha visto trionfare l’italiano Orlando Marzo, in forze al Lûmé di Melbourne, che la Diageo Global Cocktailian Lauren Mote ha ospitato una selezione dei migliori esperti del gusto a livello mondiale, fra cui la leggenda del cocktail Jeffrey Morgenthaler, il re del cocktail instagrammabili Elliott Clark (noto anche come Apartment Bartender), Claire Smith Warner, Head of New Brands presso Seedlip (il primo distillato analcolico al mondo) e il World Class Bartender of the Year 2012, Tim Phillips-Johansson, per parlare del futuro dei drink nel 2019.

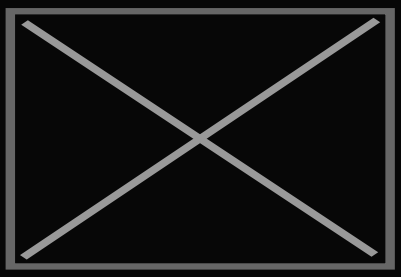
Dall’incontro di questi guru della mixology sono emersi tre grandi trend per il 2019:

1. LOW & NO

Data l’attenzione sempre maggiore al benessere, nei menu e nelle liste dei drink compariranno sempre più frequentemente bevande a basso contenuto alcolico o analcoliche.

2. #MyCocktail

Grazie all’ascesa dei digital drink influencer, i cocktail non dovranno essere solo il massimo del gusto e dell’equilibrio ma conquistare anche gli occhi: tra un like e un retweet i bartender dovranno saper catturare l’attenzione anche con un’estetica accattivante.



3. SULL’ONDA DELLA SOSTENIBILITÀ

Ogni esperienza legata al mondo dei drink verrà ridefinita con una particolare attenzione alla sostenibilità: il settore delle bevande punta a sbarazzarsi di cannucce di plastica e tovagliolini, alla ricerca di nuovi metodi per ridurre gli sprechi.

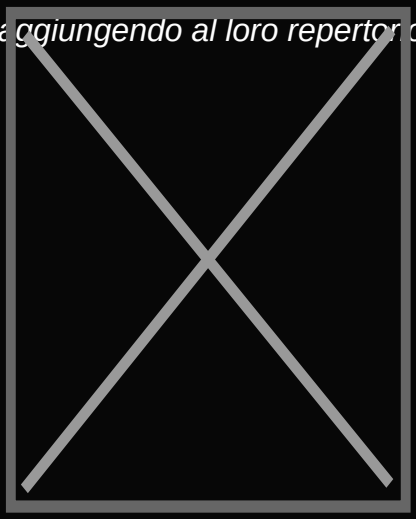
Cocktail LOW & NO

Potrà sembrare strano che un gruppo di entusiasti del cocktail elenchi i benefici dei drink low e no alcool, ma il 2019 ha in serbo un’esplosione di novità sulle nostre cocktail list preferite. Dal suo lancio, nel 2016, la popolarità della bevanda analcolica Seedlip ad esempio, è cresciuta considerevolmente, con varianti che oggi troviamo sui tavoli di oltre 100 ristoranti stellati Michelin e di molti tra i migliori bar del mondo. Le varianti analcoliche sono particolarmente apprezzate dai giovani consumatori. Il 46% di coloro che hanno meno di 35 anni ordinano un mocktail, mentre tra gli over 35 la percentuale scende al 16% .

Tutto sta nella volontà di scegliere, poter disporre del drink adatto per ogni occasione, senza rinunciare al gusto. Brand, mixologist e barman ribadiscono da decenni che il sapore è la chiave di tutto, e le varianti low-proof consentono ai consumatori di apprezzare il gusto della bevanda mantenendo entro i limiti l’assunzione di alcool. Grazie alla crescita continua dei trend legati al benessere, nel 2019 assisteremo a un’impennata dei cocktail low alcool, con un numero sempre maggiore di brand e barman pronti a coglierne le possibilità creative.

Claire Smith Warner ha aggiunto: *“Il consumatore sta acquisendo una consapevolezza crescente verso i cocktail vissuti come esperienza, complessi e curati come veri e propri piatti di alta cucina, con sempre più persone che vogliono partecipare, compresi coloro che non bevono alcool. Socializzazione è sinonimo di inclusione, non di separazione, e di attenzione al gusto e ai prodotti. L’obiettivo dei barman non è sostituire completamente i cocktail alcolici, ma sperimentare,*

aggiungendo al loro repertorio nuove varianti low e no alcool”.



#MyCocktail

Sono cambiate molte cose da quando, dieci anni fa, WORLD CLASS ha iniziato la sua ricerca per il migliore bartender del mondo. La cultura dei cocktail si è diffusa in tutto il pianeta e oggi qualsiasi mixologist degno di questo nome sa comporre in men che non si dica una molteplicità di cocktail complicatissimi. Come fare, allora, per rendere i propri cocktail popolari?

In molti ricorrono ai social network, dove una nuova generazione di “drinkstagrammers” è nata, portando nuova linfa e diversità nella preparazione dei cocktail, raggiungendo un pubblico che probabilmente non avrebbe mai potuto essere coinvolto, né avrebbe pensato di farlo. **Elliot Clark**, uno dei nuovi drinks influencer, ha affermato: *“I social network stanno democratizzando l’arte della miscelazione, rendendola accessibile a tutti. Per quelli come me, che non sono mai stati dietro al bancone di un bar, sono una finestra su questo incredibile settore e offrono un mezzo creativo per coinvolgere e interagire con la comunità del drink, in piena espansione. Inoltre, i social media offrono anche spunti interessanti ai barman più esperti e navigati, per sfidare se stessi e misurasi con la propria creatività.”*

Nel 2019, l’esperienza del cocktail andrà ben oltre il semplice sapore e l’aspetto dei drink avrà un’importanza pari a quella del gusto. Secondo un recente sondaggio, il riconoscimento delle bevande sui social media riveste un ruolo fondamentale nelle scelte legate al bere dei giovani consumatori . Per questo motivo brand e barman continueranno a sperimentare, adottando le nuove tecnologie digitali, come la realtà aumentata e virtuale, per spingere i loro cocktail, e la loro popolarità online, ad un livello completamente nuovo.

SULL’ONDA DELLA SOSTENIBILITÀ

Nell’ultimo anno “sostenibilità” ha significato per il mondo della mixology fare a meno delle cannucce di plastica e moderazione nell’uso dei tovaglioli di carta; quest’anno i barman alzeranno l’asticella ulteriormente per cavalcare il trend. L’intero settore è scosso da un movimento antispreco - e non sono soli. I consumatori, infatti, sono sempre più attenti alle proprie responsabilità sociali e, secondo un sondaggio, il 73% dei millennial si è detto disposto a spendere di più per un prodotto se realizzato da un brand sostenibile .

Società come Diageo si sono già impegnate a favore dell’utilizzo esclusivo di plastica ampiamente riciclabile entro il 2025 e molti brand, come Ketel One, svolgono un ruolo guida nell’ispirare i barman a creare cocktail sempre più sostenibili.

Nel 2019 le migliori società e i bar più rinomati si porranno nuove sfide finalizzate alla riduzione dei rifiuti, dando la precedenza ai fornitori locali, ottenendo il massimo dagli scarti trasformando prodotti che erano destinati allo spreco in cocktail innovativi ed ecologici.

Tim Philips-Johansson ha affermato: *“Oggi la sostenibilità è un tema centrale per i barman. Desideriamo il meglio per i nostri clienti e per l’ambiente in cui viviamo. La cosa può sembrare strana, poiché vendiamo alcool per vivere, ma in realtà non lo è. Vogliamo che i nostri clienti e il nostro mondo siano più sani. Ciò significa prendere decisioni consapevoli non soltanto per offrire alle persone alcool migliore, ma anche per influenzare la direzione che il pianeta sta prendendo”.*

Emily Wheldon, Global Head di World Class, ha aggiunto: *“Sarà un grande anno per gli amanti dei drink! Che si tratti di un Johnnie Walker highball o di uno Zacapa Old Fashioned, i drink dall’aspetto gradevole e dal gusto inarrivabile, e che contribuiscono in qualche modo a rendere noi o il mondo un luogo migliore, saranno i veri protagonisti”. “Durante la finale di Diageo Reserve World Class a Berlino abbiamo visto e ascoltato alcuni dei migliori barman del pianeta, ed è chiaro che questi trend avranno senz’altro una grande risonanza a livello globale”. “I drink possono anche avere un aspetto mozzafiato, un basso contenuto di alcool o essere a impatto zero, ma se il sapore non è eccellente, la gente non li acquisterà. Ecco perché tutti i nostri brand Reserve, come rum Zacapa, Tanqueray No. TEN, Bulleit e Talisker, lavorano a stretto contatto coi barman per creare drink all’altezza delle loro esigenze. Siamo entusiasti di lavorare insieme ai migliori talenti di un’attività che sta vedendo questi nuovi trend prendere forma”.*

COCKTAIL LOW ALCOOL O ANALCOLICI: TEA TONIC

Una magnifica combinazione di sapori, ispirata al celebre “coffee tonic”. Questo cocktail zero-proof coniuga tè nero, Seedlip Spice 94, la dolcezza di uno sciroppo d’acero di alta qualità e l’acqua tonica:

2,00 oz | 30 ml tè nero infuso a freddo**
2,00 oz | 60 ml Seedlip Spice 94
0,75 oz | 22 ml sciroppo d’acero di alta qualità
3,00 oz | 90 ml acqua tonica Fever Tree

#MYCOCKTAIL - DUCHESS OF AYRSHIRE
Complessa rivisitazione del classico Johnnie Walker Highball, Duchess of Ayrshire rende omaggio alla regione natale della famiglia Walker e gettò le basi di quel che oggi è l’eredità del brand Johnnie Walker.

1,50 oz | 45 ml whisky Johnnie Walker Black Label Blended
0,50 oz | 15 ml liquore di albicocca premium
0,50 oz | 15 ml sherry Amontillado
2 dash | 2 ml bitter al cioccolato malgascio
Top: 3,00 oz | 90 ml ginger beer
Top: 3,00 oz | 90 ml soda

SULL’ONDA DELLA SOSTENIBILITA’ – CAVENDISH COFFEE
L’unione di vodka Ketel One, caffè espresso infuso a freddo e banana Cavendish. Si tratta di un’elegante rivisitazione del classico Ketel Espresso, miscelato con vermut rosso di alta qualità e bitter sudamericani Moondog.

1,50 oz | 45 ml vodka Ketel One (produzione familiare, selezionata fra le migliori)
0,50 oz | 15 ml vermut rosso Belsazar (senza zuccheri aggiunti, solo vini tedeschi dolci)
0,50 oz | 15 ml liquore alla banana premium (versione homemade fatta utilizzando una base di Ketel One unendo miele, vodka e acqua, realizzato sous vide con banane mature riciclate in infusione)
2,00 oz | 60 ml caffè infuso a freddo (caffè locale utilizzato per sciroppi, liquori e come fertilizzante dopo l’infusione a freddo. Senza spreco di calore né di energia.)
2 dash | 2 ml amari sudamericani Moondog (con alcol di frutta riciclata)