MIA, in Italia arriva il primo brand di Kombucha

kombucha-cocktail2-74b5f6ab

MIA Kombucha nasce dall'idea di cinque Under35 e dalla fusione di due produzioni artigianali lombarde (MIA, appunto, nell'area di Varese, e Revolucha Kombucha nel comasco), conta su un laboratorio capace di sostenere una produzione di 10.000 litri al mese (equivalenti a più di 30.000 lattine) e su un brand fresco, inclusivo e contemporaneo.

"Mi sono innamorato del Kombucha in Australia, dove ho vissuto per sei anni lavorando nel mondo del F&B: lì questa bevanda era già molto popolare e apprezzata perché gustosa, dissetante e salutare. Così, tornato in Italia, ho iniziato i primi esperimenti di fermentazione - racconta **Mattia Baggiani**, co-founder di MIA Kombucha insieme agli amici Battista Maconi, Gabriele Mezzadri, Simone Vertemati e Ivan Parenti. *Grazie a queste proposte di cocktail esploriamo tutte le potenzialità del kombucha, che si combina perfettamente con bevande quali il gin e il whisky".*

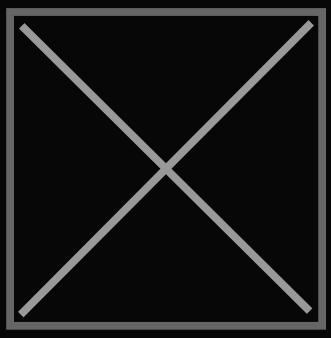
Le ricette



Elvissa (Ibiza)

Gli ingredienti del cocktail sono riduzione di Bitter Fusetti, Rye Whisky e Mia Kombucha lampone;

Kalispera (Santorini)
Questo cocktail dal sapore greco è a base di limone, sciroppo menta e basilico, mastiha, gin, acquafaba e Mia Kombucha zenzero;



French Riviera (Cannes)

Verjus, zucchero, crème de cassis, vodka e Mia Kombucha original sono gli ingredienti di questo cocktail che richiama immediatamente il fascino della Costa Azzurra.

Marechà (Amalfi)
Un sorso di questo cocktail a base di pesca, zafferano, blended scotch whisky, Mia Kombucha limone sarà sufficiente per essere catapultati in Costiera Amalfitana.

Engadin (St Moritz)
L'unico cocktail analcolico dai tradizionali sapori del sottobosco, grazie al Super Cranberry Cordial e Mia Kombucha al lampone.

MIA Kombucha ha anche da poco avviato una **campagna di crowdfunding** su Mamacrowd: *"Il nostro Kombucha ha suscitato tanta curiosità nei primi 12 mesi, così abbiamo pensato che il crowdfunding fosse la scelta migliore per accompagnare MIA nella sua successiva fase di crescita; in questo modo, inoltre, vogliamo dare l'opportunità di partecipare al progetto alla community di appassionati del prodotto* - conclude Mattia Baggiani. *Con le nuove risorse lavoreremo principalmente sul brand, che consideriamo uno dei nostri asset e che vogliamo rispecchi i valori di inclusività, innovazione e freschezza di MIA, e sull'ampliamento dei canali di distribuzione, con la visione di portare una lattina di MIA in quanti più frigoriferi possibili in Italia".*

La campagna Mamacrowd, che si concluderà il 30 agosto, è disponibile **a questo link**