Nuovo accordo per Molinari, Casa Redondo porta in Italia Licor Beirão

20240916152047licorbeirao-eaaa8d35

Licor Beirão, il liquore portoghese prodotto da **Casa Redondo**, arriva in Italia grazie al nuovo accordo tra la società portoghese e **Molinari**, che si occuperà della sua distribuzione sul canale **Ho.Re.Ca.**

L'USO NELLA MIXOLOGY

Inizialmente pensato come un rimedio per la funzionalità digestiva, il liquore è stato poi affinato diventando il marchio "Licor Beirão" nel 1933. Ancora oggi viene prodotto attraverso **la ricetta originale che prevede quattro fasi**. «*Licor Beirão si ottiene da una **doppia distillazione di erbe e 13 spezie selezionate** che vengono miscelate con alcol di origine agricola* - spiega a *Mixerplanet* **Carla Isonne, brand manager di Molinari** -. *In seguito, si procede con le fasi di filtrazione, imbottigliamento ed etichettatura*».

Al naso emergono sentori di rosmarino e note agrumate di arancia, arricchite da una varietà di spezie come cannella e cardamomo e aromi delicati ma anche assorbenti con note di finocchio. Può essere servito **con ghiaccio e zest di limone** ma anche **all'interno di cocktail**.

«*Sono diverse le proposte di cocktail che si possono realizzare con Licor Beirão, tra cui il **Maracujão** dove ai 6cl di Beirão vengono aggiunti 2 cl di succo di limone e 10 cl di succo di frutto della passione; il tutto viene completato con ghiaccio e uno spicchio di frutto della passione* - continua Isonne -. *Il Liquore può essere anche utilizzato per il **Capirão,** preparato partendo dal ghiaccio tritato nel bicchiere, a cui viene aggiunto mezzo lime e 6 cl di Licor Beirão*».

LA PROMOZIONE TRA FIERE E MASTERCLASS

La distribuzione avrà come protagonista il settore Ho.Re.Ca., con l'obiettivo di raggiungere i bar delle principali città italiane e promuovere il prodotto anche attraverso iniziative di formazione. «*Ci rivolgiamo al canale on trade, soprattutto a**i cocktail bar nelle principali città italiane** attenti alla qualità del prodotto. Puntiamo a far conoscere il prodotto anche attraverso **tools di education***», aggiunge la brand manager.

L'azienda promuoverà il prodotto tramite iniziative per coinvolgere la community come la presenza in alcune fiere e l'organizzazione di masterclass. «*Coinvolgeremo la community portando il prodotto in fiera, come abbiamo già fatto allo scorso Roma Bar Show, dove abbiamo presentato fatto provare il prodotto agli addetti del settore. Organizzeremo anche **masterclass e attiveremo guest direttamente nei locali coinvolti** attraverso la nostra rete di brand activator presente sul territorio*», conclude Isonne.