Miradiva, la nuova gamma di Tequila ultra premium

20241223093632miradiva-f6b24a76

Tra le tendenze di quest'anno, l'uso del Tequila nella miscelazione è sicuramente in crescita, offrendo l'opportunità di scoprire mondi lontani e nuove culture.

È questo ciò che si è proposto di fare **Miradiva, il nuovo brand di Tequila ultra-premium** lanciato da tre amici appassionati del Messico: **Andrea Rovinalti**, amministratore delegato, **Marco Chiletti**, investitore, e **Gianluca Burani**, che ha intrapreso la ricerca della distilleria perfetta. La gamma comprende quattro referenze, **Blanco, Reposado, Añejo e Rosa Canela,** ottenute dall'agave blu delle terre rosse di Jalisco.

«*Abbiamo deciso di lanciare un brand di Tequila dopo aver studiato il mercato e notato che c'è stata una crescita del distillato in termini di vendite superando anche vodka e gin* - spiega a Mixerplanet **Andrea Rovinalti** -. *Inoltre, crediamo che un prodotto rappresenti il valore stesso di un'azienda e, il Tequila, essendo un prodotto DOP e ottenuto solo in una determinata zona del Messico, ha una forza maggiore sia a livello di qualità che di valorizzazione del brand rispetto ad altri distillati che possono essere prodotti ovunque*».

ARTIGIANALITÀ E SPIRITUALITÀ MESSICANA SI UNISCONO ALLA TECNOLOGIA

Il processo produttivo di Miradiva è stato curato dal **Primer Maestro Tequilero Hugo Yerenas Dominguez,** che ha introdotto **un metodo alternativo e brevettato per la cottura dell'agave**, consentendo di ottenere profili aromatici e distintivi. Ad esempio, Rosa Canela è stata fatta riposare in serbatoi di alluminio e arricchita con petali di rosa e chips di rovere francese, provenienti da botti che hanno ospitato vini rossi pregiati.

Dal lavoro iniziale del distillatore sono stati creati campioni di Tequila che i tre soci hanno fatto assaggiare **a bartender e clienti di locali di alta gamma.**

«*Abbiamo iniziato collaborando con Hugo Yerenas Dominguez, che ci ha inviato campioni di agave per lavorare sulle tre classiche (Blanco, Reposado, Añejo) e sviluppare un Tequila innovativo* - continua Rovinalti-. *In seguito, abbiamo coinvolto bartender di alto livello e consumatori, facendo test sia nel mondo della mixology sia nel consumo diretto nei locali di alta gamma. Così, unendo i feedback, abbiamo creato un prodotto capace di soddisfare entrambi i palati*».

Inoltre, il design della bottiglia è il risultato di un processo creativo che ha unito **innovazione tecnologica alla tradizione artigianale messicana.** «*Abbiamo utilizzato **un modello di intelligenza artificiale** per generare i concept iniziali e, successivamente, ci siamo affidati ad artigiani messicani per definire la forma della bottiglia e **aziende specializzate nella lavorazione della ceramica in Messico.** I disegni inviati agli artigiani, sono stati trasformati in prototipi fisici, mantenendo uno stile lontano dai ghirigori tradizionali per portare freschezza sul mercato. Infine, la bottiglia è stata impreziosita da dettagli in oro puro al 10%*», aggiunge l'amministratore delegato.

Ma non solo. La bottiglia presenta **elementi legati alla spiritualità, integrando stilemi classici messicani**, come i templi antichi con scalinate, reinterpretati in chiave contemporanea. In più, la sua forma ricorda un tempio, una chiesa o persino una moschea, evocando un senso di religiosità universale.

Oltre allo studio legato alla forma della bottiglia, è importante anche quello relativo al nome. «*Abbiamo scelto il nome Miradiva **per trasmettere femminilità, bellezza e ammirazione**. La parola "Diva" punta a valorizzare il mondo femminile e rendere il brand accattivante per un pubblico più ampio, mentre "Mmira", che in spagnolo significa "guardare", richiama l'idea di qualcosa da ammirare, quasi irraggiungibile. Mentre il logo, con le punte che ricordano le foglie di agave, celebra le radici del Tequila*», chiarisce Rovinalti.

NEI COKCTAIL BAR DI ALTA FASCIA DI TUTTO IL MONDO

Miradiva, posizionandosi nel mercato premium e super premium, **distribuisce le sue bottiglie esclusivamente in locali notturni e cocktail bar di alta fascia, operando in mercati selezionati** come Italia, Regno Unito, Grecia, Nigeria, Libano, Giordania e altri ancora in fase di definizione. In Italia, la distribuzione è gestita direttamente dal brand, mentre per i mercati esteri è stato avviato un processo di selezione accurata.

«*Abbiamo due magazzini, uno a Milano e uno in Toscana, dove da dove selezioniamo le richieste che ci arrivano. Per noi è fondamentale che la bottiglia venga utilizzata e non semplicemente esposta in bottigliera, perché sarebbe uno spreco. Cerchiamo bartender capaci di creare signature drink con ingredienti ricercati da tutto il mondo, in grado di raccontare ai clienti un'esperienza*», conclude l'amministratore delegato.

Il target di riferimento va **dai 18 ai 45 anni.** È proprio per questo che Miradiva ha scelto di promuovere il Tequila nei club di alto livello e negli hotel a cinque stelle, partendo da Cortina e l'Alta Badia fino a Milano, dove collabora con il gruppo PR Social Club.