Gruppo Valenza: quattro indirizzi, un’unica architettura dell’ospitalità fiorentina

20251219163632giacosainterni

Ci sono gruppi che si raccontano attraverso le novità, e gruppi che si riconoscono nella continuità. A Firenze il Gruppo Valenza appartiene a questa seconda categoria. Non perché non cambi, ma perché sceglie di farlo senza strappi, lavorando sul percorso, sulle persone, sulla solidità delle strutture. È una presenza che si è sedimentata nella città attraverso luoghi anche molto diversi tra loro, tenuti insieme da una stessa postura: rispetto dei contesti, attenzione ai team, capacità di parlare a pubblici eterogenei senza snaturare l’identità dei singoli spazi.

In questa tenuta complessiva, la direzione beverage gioca un ruolo centrale. Il lavoro di Luca Manni (conosciuto ai più come lo sceriffo) oggi alla guida dell’impostazione F&B del Gruppo Valenza, si riflette in una visione coerente, capace di accompagnare progetti differenti senza appiattirli, lasciando che ogni luogo trovi il proprio ritmo e la propria voce. Una regia discreta, che non impone una cifra unica ma lavora sulla prosecuzione, sulla crescita organica e sulla responsabilizzazione dei team.

Gruppo Valenza: gli 'storici' Gilli e Paszkowski

Gilli continua a essere un presidio quotidiano della città: blasonata pasticceria, caffetteria, luogo di passaggio e di sosta, capace di funzionare perché non è mai stato trasformato in monumento. È uno spazio vivo, utilizzato, attraversato, che mantiene la propria identità proprio perché resta ancorato alla funzione e all’uso.

Paszkowski lavora su un processo più dilatato, che intreccia caffetteria, ristorazione, cocktail e musica dal vivo in modo naturale. La musica, presente ogni sera fin dalle origini come caffè concerto, non è un elemento decorativo ma strutturale, parte integrante dell’identità del locale. Anche la cucina e la proposta bar seguono questa logica, rendendo Paszkowski un indirizzo trasversale, adatto a momenti diversi della giornata. È uno di quei luoghi in cui si torna sapendo cosa aspettarsi, ed è proprio questa affidabilità a renderlo ancora centrale nel panorama cittadino.

Giacosa 1815, focus sulla mixology

Se Gilli e Paszkowski raccontano la solidità, Giacosa 1815 è il luogo in cui il Gruppo ha scelto di spingere con maggiore decisione sulla mixology come progetto identitario. Giacosa è uno di quei luoghi in cui la parola “istituzionale” non ha nulla di polveroso. È istituzionale perché qui il Negroni ha trovato continuità, non perché sia nato esattamente tra queste mura – la storia parte dal Casoni – ma perché è stato proprio Giacosa a custodirne il gesto, il rito, la ripetizione quotidiana che ha permesso a questo cocktail di attraversare i decenni e arrivare fino a oggi. Non è un caso se all’inizio di via della Spada c’è una targa dedicata al Negroni: probabilmente una delle poche, se non l’unica, dedicate a un drink nel mondo. Da qui si parte, ed è da qui che oggi Giacosa costruisce il suo linguaggio.

Il menu del bar non è pensato come una lista, ma come una mappa. Una struttura per intervalli che prende il cocktail fiorentino come asse e lo fa dialogare con il tempo presente, senza mai perderne la forma. Ci sono i Negroni classici, quelli che incontrano la tradizione e si intrecciano con altri grandi cocktail, e poi una sezione più libera e concettuale, che recupera bevute popolari o le rilegge con un approccio contemporaneo. È una miscelazione che non cerca l’effetto, ma la coerenza. Il cuore resta il Negroni Giacosa. Nasce da una scelta precisa, maturata nel tempo e testata sul campo, coinvolgendo clienti, colleghi e addetti ai lavori. Il risultato è una direzione chiara: un Negroni piacevolmente sbilanciato sul bitter, più amaro, più deciso, più aderente al gusto attuale. Non perché il classico non funzioni, ma perché il palato cambia, e Giacosa ha scelto di prenderne atto senza tradire la struttura del drink. Anche il gesto torna a essere centrale. Il recupero della scorza di limone non è nostalgia, ma tecnica: riattivare una componente aromatica che negli anni si era persa significa restituire freschezza e profondità all’esperienza olfattiva. Così come lo è il lavoro sulla diluizione, sul ghiaccio e sull’idea di un drink più da sorseggio che da aperitivo frettoloso. Il risultato è un drink che resta integro fino all’ultimo sorso, con un profilo aromatico costruito attraverso vaporizzazioni misurate e scelte di distillati coerenti. I Crazy Negroni completano il racconto con un approccio concettuale che resta sempre leggibile. Fusioni tra Negroni e grandi classici, tecniche come infusioni e milk washing, ingredienti umami e componenti saline trovano senso perché partono da un’idea chiara. Non è sperimentazione fine a se stessa, ma ricerca che mantiene la bevibilità al centro.

Dietro questa solidità c’è un gioco di squadra molto evidente. William Franci, head bartender di Giacosa, insieme a Mirko Maurello, bar manager, guidano un team giovane ma già strutturato, capace di portare avanti una miscelazione consapevole, mai autoreferenziale, pensata per essere compresa e ricordata. È anche per questo che Giacosa ha ottenuto riconoscimenti importanti, dalla presenza nella Top 500 Bars al pin della Pinnacle Guide: risultati che arrivano come conseguenza di una costruzione quotidiana solida, non come obiettivo primario.

La sfida è Move On, Italian Pub & Record Store

Move On, Italian Pub & Record Store, rappresenta invece la sfida più aperta e, per certi versi, più complessa del gruppo. Non è un locale giovane, non è un esperimento recente, e non nasce come risposta a una tendenza. È uno spazio che esiste da tempo e che ha attraversato diverse fasi della città, mantenendo una propria identità di fondo: quella di un luogo ibrido, in cui musica, cocktail e cucina convivono senza che uno degli elementi schiacci gli altri.

La posizione, affacciata su Piazza San Giovanni, lo colloca inevitabilmente in una dimensione fortemente turistica. È un dato oggettivo, che incide sulla percezione del locale soprattutto da parte dei fiorentini. Ma fermarsi a questo significherebbe non coglierne la complessità. Move On è uno spazio progettato per essere vissuto nel tempo: i diversi livelli, gli ambienti distribuiti su più piani e il record store con una selezione importante di vinili raccontano un'idea di permanenza, di sosta, più che di consumo veloce. La musica qui non è un sottofondo, ma una componente strutturale, che entra nel racconto anche della miscelazione. Le drink list ispirate ai grandi brani e agli artisti lavorano sull'identità più che sulla complessità tecnica, cercando una bevibilità immediata e coerente con un pubblico internazionale. È una mixology che non punta a competere con i cocktail bar più tecnici della città, ma a inserirsi in un'esperienza più ampia, culturale e conviviale, seguita in modo organico dalla direzione beverage del gruppo.Dal punto di vista dell'azienda, Move On è il progetto che più di tutti richiede un lavoro di narrazione continua. Non si appoggia a una tradizione codificata come Gilli o Paszkowski, né a un'icona forte come Giacosa. Ma è anche quello che offre il margine di evoluzione più ampio. La struttura c'è, il concept è chiaro, la direzione è tracciata. Il tempo, come spesso accade nei progetti più complessi, sarà l'elemento decisivo.

A tenere insieme tutto questo, oltre allo scandirsi quotidiano nei locali, c'è anche ciò che accade dietro le quinte. La presenza di Pin Cecchi, PR ed event manager del Gruppo, ha contribuito a mantenere coerenza tra ciò che accade nei luoghi e il modo in cui viene raccontato all'esterno, evitando forzature e allineando la comunicazione al lavoro reale. Nel suo insieme, il Gruppo Valenza racconta un modo di stare nella città che non passa dall'effetto, ma dalla tenuta. Non dall'hype, ma dalla continuità. In una Firenze complessa e stratificata, lavorare sul tempo resta la scelta più difficile. Ed è anche il motivo per cui, ancora oggi, Valenza rappresenta una certezza.

Federica Bucci