XII Campari Bartender Competition: l’anima rossa dei territori. Iscrizioni aperte fino al 27 marzo

20260223105610cbc-annuncio-whatsapp-01

Ho ancora negli occhi la Torre Velasca illuminata di rosso e Marco Masiero del Lubna Milano che, alla finale dell’undicesima Campari Bartender Competition, tiene il bicchiere con quella calma che appartiene solo a chi ha capito che non sta presentando un drink, ma una visione. Il suo Americano Cosmopolita era un omaggio dichiarato alla linea rossa della metropolitana e a Bruno Munari, un modo colto e contemporaneo di dire che un cocktail può essere grafica, movimento, pensiero urbano (leggi qui). Prima di lui, Alessandro D’Alessio del Rita’s Tiki Room aveva acceso un’altra Linea Rossa, emotiva e personale, intrecciando Campari, memoria e sottobosco con uno storytelling che partiva da “Maramao” e arrivava dritto al cuore della giuria. E se torniamo ancora indietro, i nomi si sedimentano come capitoli di una storia che la bar industry italiana conosce bene: ogni edizione non ha semplicemente incoronato un vincitore, ha fotografato un momento culturale del nostro mestiere. E il rosso non è mai stato scenografia, ma linguaggio.

Un nuovo format itinerante

Oggi, con la dodicesima edizione, quel linguaggio cambia sintassi. Il format firmato Campari Academy si fa itinerante e attraversa l’Italia in venti tappe regionali. Non più una traiettoria lineare che porta tutti verso Milano come unico centro di gravità, ma un movimento centrifugo che parte dalle piazze, dalle province, dai banconi meno celebrati. Venti regioni, venti campioni regionali, cinquecento ricette raccolte in selezione online: un archivio liquido che racconta l’Italia contemporanea attraverso chi la serve ogni sera.

Il **tema scelto per il 2026, “The Red Soul of Your Region”**, chiede ai bartender di scavare, di esporsi, di trasformare una materia prima locale, una ritualità di paese, un ricordo familiare in un

racconto contemporaneo che regga il confronto con una giuria e con una community sempre più preparata. Il bicchiere diventa dispositivo narrativo, atto identitario. Campari, in questa architettura, non è un ingrediente tra gli altri: è il filo rosso che tiene insieme costa e montagna, metropoli e borgo. La novità non è solo geografica, è culturale. La competizione si fa capillare, inclusiva, va a cercare talenti che spesso restano fuori dai radar perché lontani dai grandi hub della miscelazione. È una scelta coerente con la visione di Nicola Scarnera, Campari Academy Manager, che da anni lavora sulla formazione come leva di crescita reale per la community: «Vogliamo che ogni bartender possa raccontare la propria terra».

È la consapevolezza che l'ospitalità italiana vive di differenze e che proprio in quelle differenze si costruisce identità. Il percorso sarà lungo e selettivo. Dopo la fase online, partirà il tour regionale; ai venti vincitori locali si aggiungeranno i dieci migliori punteggi della classifica nazionale. Poi la **Bar Experience**, il passaggio che personalmente considero il più interessante: il team entra nei locali, osserva il servizio vero, valuta improvvisazione, gestione del cliente, ritmo del banco.

Ogni bar, un presidio culturale

Vincere non significa soltanto portare a casa il titolo di Campari Bartender of the Year. Significa entrare in un circuito di formazione, guest shift, eventi, esperienze che possono cambiare una traiettoria. È un anno di esposizione e responsabilità. È un'accelerazione. Ma ciò che trovo più interessante di questa dodicesima edizione è il suo valore simbolico. In un momento storico in cui la mixology italiana è matura, colta, capace di dialogare con Londra, Parigi o New York senza complessi, la scelta di partire dalle regioni è un atto di consapevolezza: per parlare al mondo, bisogna sapere da dove si viene. Ogni bar è già un presidio culturale. Ogni banco racconta un'economia locale, un modo di stare insieme, un ritmo sociale. Portare questa consapevolezza dentro una competizione significa riconoscere che la miscelazione è espressione, non solo tecnica. Che l'ospitalità è identità. Che il rosso di Campari può essere il tramonto su una scogliera pugliese o il riflesso di un'insegna al neon in una città industriale del Nord.

Il 2026 sarà un anno lungo, fatto di chilometri, shaker e storie. **Le iscrizioni sono aperte fino al 27 marzo**, ma la partita è già iniziata. E questa volta, più che una gara, sembra un racconto collettivo. Per iscriversi e per il regolamento completo: www.camparibartendercompetition.it