Bar is the Name: da Busto Arsizio, un bar che prova a rimettere ordine (partendo dal cliente)

20260323102857mg-0591

Ci sono locali in cui entri e capisci subito che tutto è stato pensato. Poi ce ne sono altri in cui capisci che tutto è stato costruito nel tempo, per tentativi, per aggiustamenti, per necessità. Bar is the Name appartiene decisamente alla seconda categoria, ed è forse proprio questo il suo punto più interessante. Ambrogio Ferrato, trent'anni, dodici passati in sala tra ristoranti importanti e hotel cinque stelle, lo dice senza girarci intorno: il bar non è il suo punto di partenza. Non lo è mai stato. È una passione rimasta lì per anni, mentre faceva altro. Fino a quando quel "altro" ha smesso di avere senso.

Tutti fanno tutto, in sala e al banco

Non c'è stato un business plan perfetto, né una ricerca ossessiva della location giusta. C'era un ex pub a Busto Arsizio, e la decisione di farne qualcosa di proprio. Più che un'apertura, un atto di spostamento. Questa cosa si sente subito. Non c'è la costruzione tipica di molti cocktail bar contemporanei, dove ogni dettaglio sembra rispondere a una strategia precisa. Qui la sensazione è diversa: è un progetto che cresce insieme alle persone che lo portano avanti.

E infatti le persone sono il primo punto. Non esistono ruoli fissi. Nessuna divisione netta tra chi sta in sala e chi sta al banco. Tutti fanno tutto, tutti accolgono, tutti servono, tutti - quando serve - preparano. È un'impostazione che arriva chiaramente dalla formazione di Ambrogio, e che riporta al centro qualcosa che nel mondo del bar si è un po' perso: l'arte del servizio. Ma il passaggio più interessante arriva quando si parla di clienti. Perché qui non si parla solo di accoglienza (parola spesso svuotata), ma di formazione. Non del team, ma del pubblico. Il bar organizza corsi aperti anche a chi viene semplicemente a bere, con un'idea molto semplice e molto lucida: il mondo del bar evolve velocemente, ma chi lo frequenta non sempre riesce a stare al passo. E allora si crea uno scollamento. Da una parte chi costruisce drink sempre più complessi, dall'altra chi li consuma senza strumenti per leggerli davvero. Bar is the Name prova a colmare questo spazio. Senza alzare il tono,

senza risultare didattico, ma mettendo a disposizione strumenti. È un approccio raro, soprattutto fuori dalle grandi città.

Ogni cocktail ha un significato associato, legato al fiore o alla pianta

La nuova drink list nasce proprio da qui, ma anche da una presa di coscienza ulteriore. Per tre anni il lavoro si è basato su stagionalità, provenienza e gusto. Poi qualcosa si è incrinato. Quelle stagioni - primavera, estate, autunno, inverno - restavano comunque una costruzione umana. Il passo successivo è stato togliersi di mezzo. Seguire i cicli naturali, quelli veri: fiore, frutta, foglie, radici. Inserire anche il ritmo lunare. Spostare il focus da quello che decidiamo noi a quello che accade. Il risultato è una drink list che non si presenta come tale. Niente menu stampato, niente elenco. Al centro dell'attenzione c'è un albero. Letteralmente. Costruito a mano dal team. È da lì che parte il racconto. Si sale dai drink più leggeri a quelli più strutturati, in modo intuitivo, senza bisogno di spiegazioni tecniche. È un sistema semplice, ma funziona. E soprattutto, non mette in soggezione. Anche i drink seguono questa logica. Niente nomi creativi, niente storytelling forzato. Gli ingredienti diventano identità: Mimosa, Fragolina di bosco, Sambuco, Sakura, Fiori d'arancio, Prugno, Rosa, Geranio. Diretti, leggibili.

Poi però succede qualcosa in più. Ogni cocktail ha un significato associato, legato al fiore o alla pianta. Un richiamo all'aromaterapia che non vuole essere terapeutico, ma emotivo. Un modo per scegliere cosa bere anche in base a come ci si sente. È una chiave interessante, soprattutto perché non è imposta. È lì, disponibile, ma non invasiva. La parte più riuscita, però, è un'altra. Ed è quella che consigliamo davvero di provare. Tutti i drink esistono sia in versione alcolica che analcolica. Non come alternativa semplificata, ma come percorso parallelo. Il lavoro aromatico resta, la struttura cambia. E spesso anche l'aspetto. Il suggerimento è semplice: provate lo stesso drink in entrambe le versioni. È uno dei pochi casi in cui il confronto ha davvero senso. Non per capire "quale è meglio", ma per rendersi conto di quanto il bar stia lavorando sulla costruzione del gusto al di là dell'alcol. È un esercizio interessante, anche per chi è abituato a bere. In questo senso, il doppio menu merita attenzione. Non è una concessione, ma una scelta progettuale.

Il resto segue la stessa linea. Prezzi fermi a 10 euro dal 2022, in un momento in cui tutto aumenta. Nessun limite alle richieste. Una cucina che compare quando serve, senza trasformarsi in ristorante. Eventi, collaborazioni, competizioni per studenti. E un locale che cambia continuamente: pavimento, bancone, arredi. Non per inseguire un'estetica, ma per evitare di fermarsi. Bar is the Name non è un esercizio di stile, né un concept costruito per impressionare. È un tentativo, piuttosto concreto, di

rimettere ordine in alcune cose che nel mondo del bar si sono complicate. Partendo da una domanda semplice: cosa serve davvero a chi entra? La risposta, qui, non è ancora definitiva. Ma il percorso - quello sì - è già molto chiaro.

Federica Bucci