Danil Nevsky, Global Brand Ambassador di Martin Miller’s: « Il cocktail del 2026? L'Espresso Martini è ‘on fire’»

20260415131743byit13aprilemartinginsera-11copia

Tanti fattori incidono sul successo del gin. Ma fra questi, non quello di avere a che fare con un distillato assoggettato e dipendente da mode e tendenze del momento. Parola di **Danil Nevsky**, Global Brand Ambassador del gin Martin Miller’s, che *Mixerplanet* ha avuto il piacere di intervistare durante il suo passaggio a Milano, presso il ristorante con cocktail bar ByIT, dove ha capitanato una masterclass dedicata alle due referenze del marchio (Original e Westbourne), distribuito in Italia da Compagnia dei Caraibi. Un incontro che ha permesso di fare il punto sull’attuale andamento del distillato di ginepro, raccogliendo la testimonianza del mixologist russo-ucraino, tra i più seguiti anche sui social con il nickname di ‘cocktailman’. Confermando il suo *amour fou* per il gin e spiegandone come si mantiene sulla cresta dell’onda da così tanto tempo, ha indicato quale cocktail stia vivendo una (sorprendente) seconda giovinezza e quale invece sarà l’outsider nel 2027, oltre a svelare chi sono i personaggi che davvero oggi stabiliscono l’affermazione degli spirits.

Oltre 100 mila follower su Instagram, tono dei post spesso ironico. E tempo per i bartender di prendersi meno sul serio?

Io personalmente cerco di usare quella giusta dose di umorismo. La verità è che, alla fine, chi lavora dietro al banco deve capire di essere un bartender e non una star. Gli italiani questo concetto di abbinare il sorriso alla professionalità l’hanno capito molto bene e non mi sorprende che i migliori bar manager al mondo provengano dal vostro paese. Il lavoro deve essere approcciato con il massimo della serietà, concedendosi uno humour che non metta mai a repentaglio la qualità del servizio offerto al cliente. Ricordiamo che si parla di un ambiente lavorativo, ovvero quello legato al consumo dei cocktail, nel quale il buon umore e la risata sono assolutamente necessari.

Veniamo dunque al gin. Da numerose stagioni se ne preannuncia l'inizio del declino. Eppure i dati di mercato smentiscono questa profezia destinata a essere continuamente procrastinata…

È naturale credere che un distillato che, da così tanto tempo, domina il mercato degli spirits a livello mondiale, finisca fisiologicamente per frenare. Non succede ancora, è un dato di fatto. Attenzione, però, che in questi ultimi dieci anni abbiamo anche intercettato prodotti e marche decisamente di basso livello, alcune caratterizzate da aromi e flagranze che non sapevano di nulla, altre che sbandieravano una produzione artigianale che non lo era o risultava di qualità bassa. Non sono sempre rose e fiori…

Un mercato decisamente frizzante, forse anche troppo. Non credi che l'enorme numero di marche presenti possa alla fine confondere i consumatori?

È vero che è una categoria un cui sono sbocciati brand da ogni angolo del mondo. Penso che questo sia un aspetto positivo se interpretato per sviluppare una ricca varietà aromatica. Credo, però, che ci siano sul mercato tanti prodotti così simili l'uno all'altro, praticamente uguali, che non contribuiscono a elevare il livello dell'offerta. Tanto, poi, chi si affezione a una marca difficilmente l'abbandona.

Il gin fa faville e molto lo si deve al suo cocktail preferito: il Gin Tonic. Come ti spieghi il successo planetario di questo drink?

Per prima cosa è semplice da preparare, poi garantisce quell'aromaticità che, soprattutto quando si hanno più di trent'anni, è il sapore che il palato mediamente predilige. Il Gin Tonic è inoltre, in generale, il primo step che un consumatore compie quando approccia il mondo del bere miscelato e, come tale, il ricordo, se positivo, coltiva la fedeltà: si tende a bere quello che è piaciuto da subito.

Gin Tonic che, per di più, sembra allinearsi alla richiesta crescente della miscelazione a bassa gradazione alcolica. Sei d'accordo?

Io, intanto, credo che questa desiderio di bere low alcol sia trainato principalmente da tre fattori. Innanzitutto, il rilancio culturale dell'aperitivo che ha ridato impulso a ricette 'light'. In seconda istanza, stiamo assistendo, un po' ovunque, a una generale tendenza a spendere meno da parte di molti avventori, oggi purtroppo penalizzati da un contesto economico sfavorevole. Un terzo motivo che ha favorito il consumo a bassa gradazione alcolica, si lega a una popolazione generalmente più vecchia che desidera bere lo stesso numero di drink che in passato, ma con meno contenuto alcolico. In questo contesto, in definitiva, il Gin Tonic trova una sua perfetta collocazione.

Attualmente a livello organolettico in che direzione sta andando il gin?

A questa domanda mi piace rispondere sostenendo che, fino a quando si percepisce il ginepro, allora siamo sulla buona strada. La situazione è quindi molto trasversale a livello di gusto. Il gin ha tra le sue peculiarità la capacità di sapere esprimere tante e diverse sensazioni aromatiche, accontentando di conseguenza il palato di una vasta platea a seconda di quelle che sono le esigenze di ognuno e ritengo che questa caratteristica all'insegna della versatilità sia proprio uno dei punti di forza di questo distillato. Personalmente non sono un grande fan dei sapori troppo aromatici e dolci, ma nemmeno quelli nei quali il profilo erbaceo è dominante. Sono più conservatore, preferisco sempre il gusto secco e tradizionale, ovvero quello del classico London Dry.

Qual è il cocktail che sta segnando il 2026?

Senza ombra di dubbio: l'Espresso Martini. Sta rinascendo, è 'on fire' come si dice oggi. A mio parere un aiuto non indifferente è arrivato dalla cantante Sabrina Carpenter che ha creato un kit dedicato a questo cocktail. Cocktail tornato, quindi, in auge soprattutto nelle grandi capitali della mixology come Londra e New York, dove non è più un azzardo bere caffè dopo mezzanotte. Noto anche un micro trend che consiglio di tenere in considerazione e che riguarda il Ramos Gin Fizz che, seppure ancora di nicchia, potrebbe presto diventare molto amato su più ampia scala.

In termini di bar, cosa risulta invece strategico?

Tornare al concetto di 'massimizzazione', con questo intendo dire che rivedremo (e in parte st già avvenendo) molti locali ridare importanza al fattore estetico dei drink preparati. Negli ultimi 6/7 anni abbiamo notato un susseguirsi di cocktail presentati tutti nell'identica maniera: stesso bicchiere, stesso processo di chiarificazione, stesso garnish e via dicendo. Il presente e il futuro saranno, dunque, centrato sulla capacità dei bartender di sapere dare un tocco personale alla propria preparazione, stabilendo il proprio marchio di fabbrica e, al tempo stesso, definendo l'identità del bar in cui lavora. Chi ci riuscirà, trarrà vantaggio rispetto ai concorrenti.

Chi detta le attuali mode del bartending?

Difficilmente dire che siamo noi bartender. Oggi il potere è nelle mani dei personaggi famosi della pop-culture. Hanno una presa enorme soprattutto sui giovani. Un caso emblematico è quello di Emma D'Arcy, l'attrice della serie tv House of Dragon (prequel di games of Thrones, ndr) che di recente, in un'intervista ad Hbo, ha citato il Negroni Sbagliato. Da quel momento sono schizzate le richieste al bancone di questo drink.