Barman sdoganati in tv INCHIESTA -parte 2- E FOTO

cover-2-900106f4

I barman stanno conquistando la tv. Così, dopo *Mixologist la sfida dei Cocktail* (la cui seconda edizione sarà trasmessa probabilmente già a febbraio su DMax) e *Music & Cocktail,* nei prossimi mesi sul piccolo schermo approderanno un paio di nuovi format dedicati al bartending, sempre branded content sponsorizzati da aziende del settore, attualmente ancora top secret. **INCHIESTA TEMPO DI GARE E TV / PARTE 1: CLICCA QUI PER LEGGERE LA PRIMA PARTE DELL'ARTICOLO TEMPO DI GARE E TV**

CHE COSA SIGNIFICA DIVENTARE GIUDICE O CONCORRENTE

Perché partecipare a un bartending talent in tv? **Flavio Angiolillo**, patron del Mag nonché giudice di Mixologist la sfida dei Cocktail, non ha dubbi: «Intanto, il confronto con giudici e concorrenti è sempre un'occasione di crescita professionale e umana. E poi, la visibilità permette di migliorare il proprio status professionale. Molti dei barman della prima stagione hanno ricevuto proposte di lavoro interessanti e di qualità. Qualche volta, poi, l'esperienza apre nuove occasioni di lavoro in ambito televisivo». È accaduto per esempio a **Elena Delmagno** e a **Mirko Turconi**, entrambi resident barman del Mag nonché tra i protagonisti della prima edizione di Mixologist, approdati poi al timone accanto a **Simone Rugiati** rispettivamente della prima e della seconda edizione di Io, *Simone & il Loft - Speciale Ron Zacapa* (Gambero Rosso Channel, 412 di Sky). «Grazie all'effetto traino della tv, c'è anche chi è riuscito a ottenere un lavoro in città con una night life più vivace della propria», aggiunge **Leonardo Leuci**, ideatore insieme al team del The Jerry Thomas Project di Roma del primo flagship store del Vermouth del Professore, The Jerry Thomas Emporium, nonché giudice con Angiolillo anche della seconda edizione di Mixologist. Il terzo classificato della prima edizione, il flair bartender **Giorgio Facchinetti**, conferma: «L'esperienza in tv mi ha stimolato ulteriormente a migliorarmi e a crescere. Il terzo posto per me rappresenta non solo una gratificazione, ma anche una responsabilità. Non voglio deludere le aspettative! Tra le altre attività, ho iniziato una collaborazione con la Red Bull e un progetto con la *Meeting Place Academy* di Roma, una scuola per barman che dispone pure di un

servizio catering per eventi e feste private». E ora veniamo ai vantaggi per i giudici: la conduzione di un drinking talent in tv è certamente un'occasione di visibilità e di guadagno. Ma non solo. Flavio Angiolillo puntualizza: «Il bartending talent ci fa guardare il nostro mondo da una prospettiva inedita, di conseguenza è interessante e istruttivo sia per i giudici, sia per i concorrenti, sia per gli spettatori».



PROSPETTIVE FUTURE

La rivoluzione era nell'aria già da un po'. «Da anni sostengo che la televisione si sarebbe interessata anche al mondo del bere miscelato dopo aver dato lustro ai maestri della cucina. Ora i tempi sono maturi. I segnali? Le produzioni oltre confine di trasmissioni sul mondo del bartending e l'arrivo in Italia di Mixologist e di Music & Cocktail, due programmi di qualità che aprono la strada a nuovi esperimenti», osserva **Diego Ferrari,** barmanager della Rotonda Bistro di Milano e fondatore del gruppo Facebook Cocktail Art. Poi aggiunge: «Credo che l'esposizione televisiva alimenterà l'interesse verso il mondo degli spirits e della nostra professione, a beneficio di una diffusione della cultura del bere consapevole e di qualità». Che la tv rappresenti un mezzo efficace per accreditare la professione del barman nell'immaginario collettivo è opinione anche di Leonardo Leuci: «Un programma televisivo non può certo insegnare al pubblico a bere bene, in compenso ha il potere di sensibilizzare gli spettatori sui sacrifici e sull'impegno alla base del nostro mestiere», osserva. Il rischio, però, è che la moltiplicazione dell'offerta porti a un abbassamento della qualità. È proprio Leuci a osservare: «Così come avviene ormai da qualche anno nel mondo delle competizioni, non mancheranno i colleghi che sfrutteranno l'improvvisa visibilità ottenuta grazie alla tv per improvvisarsi formatori, giudici o insegnanti». Concordiamo. E ci chiediamo, con una certa retorica: aziende e produttori spingeranno quindi i talenti o punteranno sui barman-personaggi di minore sostanza, ma di sicuro impatto sul pubblico? «Basta osservare i programmi di cucina: non tutti sono condotti da chef seri e competenti», sottolinea il barchef **Flavio Esposito**, barmanger di Boutique 12 a Milano.
Per concludere: la televisione è di certo un mezzo utile per valorizzare la professione del barman, ma segue le regole dello spettacolo. La prima? Gli ascolti. Che dipendono -anche- dal cast, oltre che dal format...

CLICCA QUI PER LEGGERE LA PRIMA PARTE DELL'ARTICOLO TEMPO DI GARE E TV