

RASSEGNA STAMPA

PRIMO TRIMESTRE 2026



31 marzo 2026



SPIRITS & COLORI Srl
Via del Chionso, 14
42122 Reggio Emilia (RE)
www.spiritsecolori.it

INDICE



COMUNICATI STAMPA REALIZZATI NEL 1° TRIMESTRE 3

GENNAIO 2026

- Uscite editoriali - Carta stampata	5
- Testate online	13

FEBBRAIO 2026

- Uscite Tv - Tv online	17
- Uscite editoriali - Carta stampata	19
- Testate online	22
- Article marketing	41

MARZO 2026

- Uscite Tv - Tv online	47
- Testate online	49



COMUNICATI STAMPA REALIZZATI

1° trimestre 2026



COMUNICATO STAMPA

LA NOTIZIA IN BREVE

Spirits & Colori festeggia il decennale dalla sua costituzione e una crescita del +5% nel 2025, confermando il proprio percorso di sviluppo nel segmento premium a Beer & Food Attraction, a Rimini dal 15 al 17 febbraio, Pad. D – Stand 69, con alcune delle sue eccellenze, tra cui AGAVESANTA, distillato Made in Italy che unisce agave 100%, cedro e ibisco, Pisco Huamani, storico pisco peruviano prodotto dal 1890 e Hayman's London 0%, alternativa analcolica al gin tonic.

**UN BRINDISI PER I 10 ANNI DI SPIRITS & COLORI
A BEER & FOOD ATTRACTION 2026**

Appuntamento a Rimini, dal 15 al 17 febbraio, Pad. D – Stand 69 per festeggiare il decennale e i risultati del 2025 con le ultime novità dall'azienda "talent scout" dei migliori distillati nel mondo

Si prospetta una tre giorni importante per Spirits & Colori che ha scelto di festeggiare il proprio decennale e gli ottimi risultati de 2025 al Beer & Food Attraction, la manifestazione di riferimento per il mondo beverage e food service, a Rimini dal 15 al 17 febbraio, presso il Padiglione D – Stand 69.

Il 2025 si è chiuso infatti in modo positivo per l'azienda che ha registrato una crescita di fatturato del +5%, confermando la solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. "Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte", commenta Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori. "Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi". In questi 10 anni l'azienda con sede a Reggio Emilia, ha saputo distinguersi nella selezione, importazione e distribuzione di distillati premium destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento di elevata ricercatezza, composto da piccoli produttori di qualità riconosciuta a livello mondiale, capaci di sorprendere anche i palati più esigenti.



In Fiera, Spirits & Colori presenterà alcune delle sue eccellenze più rappresentative e le ultime novità, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive. Tra le novità più attese, AGAVESANTA, un distillato unico nato dall'innovazione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di Oscar Quagliarini, il celebre "barista profumiere" che ha saputo reinventare il mondo dei distillati con il suo talento distintivo. Interamente Made in Italy, AGAVESANTA celebra le tradizioni italiane più profonde, creando un ponte simbolico con il cuore del Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della Madonna di Loreto, il cui volto scuro – segnato nei secoli dai fumi delle candele votive – è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua venne ricostruita in legno di cedro, mantenendo volutamente il suo aspetto scuro come memoria della fede collettiva. Da questa storia nasce AGAVESANTA: un distillato che trasforma la memoria in sapore. L'anima del prodotto è l'agave 100%, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da olio essenziale di cedro che richiama il legno della Madonna di Loreto e dona al distillato un elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso è ottenuto grazie all'infusione di ibisco, ispirata all'Agua de Jamaica, simbolo della cultura messicana, capace di conferire note agrodolci e una forte identità visiva. La bottiglia, vera e propria opera d'arte, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata: ogni curva e ogni dettaglio sono studiati per evocare meraviglia, rispetto e un'attitudine fortemente class, pensata per i contesti più sofisticati della mixology contemporanea.



COMUNICATO STAMPA



Altra eccellenza in degustazione allo stand è Pisco Huamani, prodotto dal 1890 secondo una tradizione che si tramanda da quattro generazioni. La storia ha inizio con Don Ismael de la Quintana, che distillò la prima bottiglia nella storica Hacienda Huamani, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli espropri terrieri degli anni '70, la famiglia ha saputo far rinascere la tenuta e il suo celebre distillato, mantenendo intatta la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli stessi alambicchi di rame. In lingua quechua, Huamani significa "dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti": un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti e curato in ogni dettaglio.

In Fiera sarà possibile degustare il Pisco Huamani Puro Quebranta e l'Acholado.



Completa l'esperienza allo stand Hayman's London 0%, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman's inizia nel 1863 con James Burrough, farmacista londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel 2025 hanno lanciato il loro primo drink completamente 0%. Hayman's London 0.0% presenta aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, rappresentando un'eccellente alternativa al tradizionale Gin Tonic, senza rinunciare al gusto.



SPIRITS & COLORI è un'azienda italiana con sede a Reggio Emilia specializzata dal 2016 nella selezione, importazione e distribuzione sul territorio nazionale di distillati destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti. Il suo catalogo comprende un assortimento di elevata ricercatezza, caratterizzato da piccoli produttori di acclarata qualità a livello mondiale, capaci di stupire i palati più esigenti con i propri distillati.
Spirits&Colori Srl – Via del Chiosso, 14 – 42022 Reggio Emilia - www.spiritscolori.it



USCITE EDITORIALI CARTA STAMPATA

Gennaio 2026



Sedute spiritiche

GRAND TOUR DISTILLATO



In queste pagine, 16 Gin Italiani provati da «Spirito diVino»: da sinistra, Caprisius in versione faraglioni (ghilardiselezioni.com); Rena 41 (rinaldi1957.it); Sabatini Gin (compagniadecaraibi.com); Tenuta Sussambrino Gin Servay (ghilardiselezioni.com); Ginepraio (rinaldi1957.it); Mazzetti Gin Black Edition (mazzetti.it); Gin 8Z (strochleviottoz.com); Gin District M8 Montnapoleone (spiritsecolori.it); Di Baldo Gin AG 107 (dibaldo-spirits.com); Gin Portofino (velier.it); Gin 1861 (spiritsecolori.it); Occitan Gin Bordiga e Selvatiq Gin (velier.it); Cracco Gin (spiritsecolori.it); Ginnastic Gin (compagniadecaraibi.com); Holywater Gin (spiritsecolori.it).



**SEDICI ETICHETTE,
TRE COCKTAIL TRA TWIST
E GRANDI CLASSICI,
TRE PIATTI IN ABBINAMENTO
IN UN CRESCENDO DI
INTENSITÀ TRA STRUTTURE,
SAPORI E BOTANICHE:
QUESTO È IL COMPOSITO
MONDO DEL GIN
NOSTRANO, UN MONDO,
FINALMENTE, OGGI
TUTTO ITALIANO**

di Marco Tonelli, foto di Stefano Triulzi



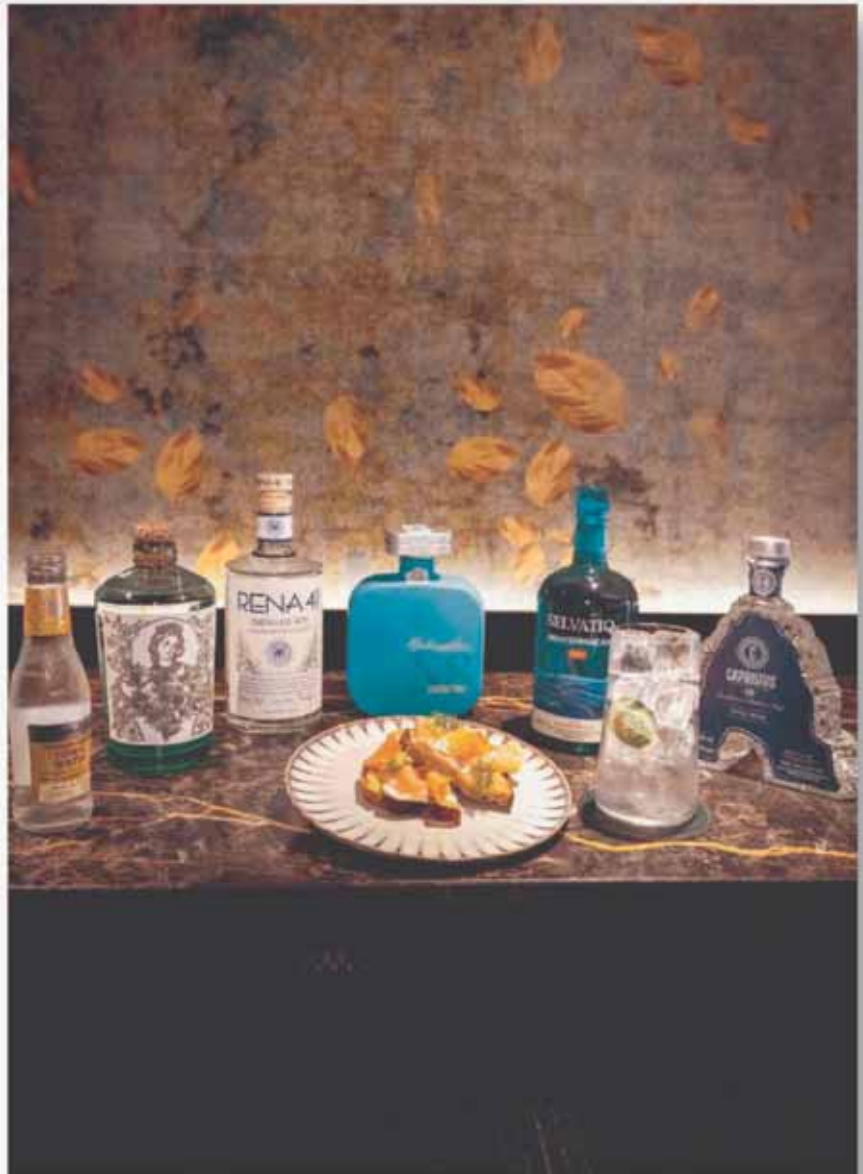


Sedute spiritiche





Ginnasio, molto studio, tanta fatica. Alle volte rimettersi in quei panni, quelli dello studente, fa bene, riempiendosi di concetti e liberandosi al tempo stesso dai pregiudizi. Verso che cosa? Il Gin, ma partiamo dall'etimologia della parola ginnasio: gumnòs, dal greco «nudo». Mettersi significa essere finalmente obiettivi e liberi da vincoli, anche rispetto alla ricerca di quelli che sono tra i migliori Gin prodotti in Italia. La nostra ricerca è partita dalla materia prima. Il migliore ginepro è quello che cresce in Italia, specie in Toscana e Sardegna, senza dimenticare quello che popola un po' tutto l'arco alpino. La seconda regola che ha guidato la nostra selezione non ha avuto a che fare con la tipologia (distilled, dry o London dry), ma piuttosto con la tipicità delle botaniche e l'equilibrio complessivo. Siamo andati sul semplice quindi, peraltro partendo proprio dal Semplice: bistrot imolese creato dalle colonne portanti del ristorante bistellato San Domenico (Massimiliano Mascia, Francesco Cioria, Giacomo Mercatelli insieme a Davide Cavanzi). Per i Gin più asciutti ecco che l'abbinamento liquido è il cocktail Martini mentre per quello edibile siamo stati sul leggero con il ceviche di ricciola con giardino di verdure e gazpacho. Pairing in cui il piatto mette l'esotismo, comunque mai eccessivo, mentre il bicchiere propone il rigore del ginepro solo «abbellito» da qualche botanica come accade per il **Gin Ginepraio** e il **Sabatini Gin**. Più erbaceo il primo in virtù di una nota dry di elicriso, mentre il secondo è ugualmente toscano, in virtù di note di lavanda, finocchietto selvatico e timo. Sempre aromatico e balsamico, ma questa volta più «alpino», il **Gin 8Z** di Ottoz, realizzato grazie a erbe valdostane, ginepro locale e genepi: un mix di diverse specie di artemisia. Per chi amasse un distillato dal profilo più speziato, ecco il **Gin Mazzetti Black Edition**, dove il carattere deriva da pepe nero, cardamomo e pino. Per chi non sapesse a che santo votarsi nella scelta del Gin per il proprio cocktail, Holywater è l'ideale. Dissacrante nell'estetica ma fedele all'immagine di un Gin classico, **Holywater** arricchisce il proprio gusto in virtù di botaniche tra cui alcune erbe spontanee che crescono vicino a Lourdes, senza contare il finale con rimandi d'incenso. Con il classico Gin tonic la scelta cade su: **Rena 41**, **Montenapoleone M8**, **Ca-**



prisius, **Selvatic Mediterranean** e **1861**. Con il **Rena 41** si va su un distilled, in cui il processo di distillazione sottovuoto permette un'estrazione delle botaniche per certi versi meno «traumatica».

Per un cocktail più «urbano» il Gin dedicato ai distretti di Milano. Il **Gin District M8 Montenapoleone** (il numero si riferisce alle botaniche)

riporta sfumature floreali di rosa, insieme a una speziatura dolce-piccante di cannella, pepe nero e chiodo di garofano. Il Gin chiamato **1861** è un London dry che celebra l'unità d'Italia grazie a 20 botaniche, una per ogni regione d'Italia. La complessità qui la fa da padrona, con il ginepro in sottofondo e tutta la varietà di erbe spontanee e officinali raccolte lungo tutto lo Stivale.

Nella pagina a fianco, da sinistra, **Gin 8Z**, **Mazzetti Gin Black Edition**, **Ginepraio** e **Sabatini Gin** utilizzati per il cocktail Martini in abbinamento a ceviche di ricciola con giardino di verdure e gazpacho. Sopra, i **Gin 1861**, **Rena 41**, **Montenapoleone M8**, **Selvatic Mediterranean**, **Caprisius**, utilizzati per realizzare il Gin tonic in abbinamento a bruschetta con salmone affumicato, avocado, crema acida e uova di salmone. Mixology e abbinamenti a cura di Massimiliano Mascia e del bartender Marino Russo al Semplice di Imola.



Si va al mare invece con il **Selvatiq** e il **Caprisius**. Il primo nasce da un'idea del papà di Tannico, Marco Magnocavallo. Un London dry, addirittura Wild, che sa di macchia mediterranea, grazie anche all'impiego del ginepro coccolone (detto anche ginepro rosso esprime un'intensa nuance piccante). Il **Caprisius**, grazie anche alla bottiglia che riproduce i faraglioni, ci porta alle atmosfere dell'I-

sola Azzurra, grazie a un sapore sapido, oltre che balsamico, di timo e ginepro.

L'ultimo sestetto di Gin va dritto nella categoria più indicata per gli after dinner: il Negroni e i suoi ingredienti pretendono Gin che aromaticamente siano in grado di mostrare una bella spinta. In abbinamento? Un classico, si fa per dire, toast prosciutto e

Qui sopra, da sinistra, Di Baldo AG 107, Occitan, Ginnastic Classic, Cracco Gin, Portofino e Servay, assieme al twist sul Negroni e al toast prosciutto e formaggio con pane rosolato nel burro di Massimiliano Mascia, già chef del ristorante San Domenico di Imola (due stelle Michelin) e patron del Semplice (a destra) assieme a Francesco Cioria, Giacomo Mercatilli e Davide Cavanzi. Nella pagina a fianco, a sinistra, il bartender Marino Russo con Massimiliano Mascia (sempliceimola.it).

formaggio, con pane rosolato nel burro. Non serve uno chef per prepararlo. Per questo lo chef lo abbiamo messo al lavoro nella ricetta del Gin. Il **Gin di Carlo Cracco** è un London dry classico, equilibrato e per questo versatile. Più territoriale invece è l'**Occitan** di Bordiga, realizzato con ginepro e altre botaniche delle valli occitane. Un Gin local e incontaminato, come per certi versi il **Servay**. Prodotto da tenuta Sussambrino questo Gin nasce dalla volontà Carlo Quaglia, uno dei pionieri della liquoristica nazionale e nello specifico piemontese, di avere un ampio ventaglio di botaniche attorno alla sua tenuta nel Monferrato. Il Gin Servay abbina il papavero e la sua delicatezza floreale alla vaniglia e al cacao, per un Gin in cui il ginepro c'è, ma è leggermente abbassato di tonalità. Lo stesso accade per il **Di Baldo AG 107**. La sigla ricorda l'argento e il suo peso atomico. Nucleare è la potenza gustativa di questo distillato, in cui tutto è alto, per la qualità delle materie prime e la loro espressività. Per chi non fosse allenato a tanta potenza il consiglio è di esercitarsi con il **Ginnastic Classic**: dal sapore asciutto e armonico, come un corpo scolpito dalla Gin-nastica. Il **Portofino** invece rappresenta una cartolina liquida di un posto incantevole, oltre che il twist rivierasco per il vostro Negroni. Questa istantanea parziale, ma attendibile, del mondo del Gin in salsa nostrana mette in risalto come la creatività italiana non ecceda mai rispetto al cuore del distillato permettendo comunque di declinarlo in maniera fedele, ma estrosa. 





FOOD SERVICE

PRIMO PIANO

FIERE

Whisky, un driver di innovazione e margine

IL MILANO WHISKY FESTIVAL SI CONFERMA LABORATORIO DI BUSINESS PER LA RISTORAZIONE ORGANIZZATA. IL RE DEI DISTILLATI PUNTA A RIDEFINIRE LA REDDITIVITÀ DEL FINE PASTO E DEL CAPERITIVO GOURMET

Camilla Micheletti

Il Milano Whisky Festival & Rum Show 2025 ha confermato la sua evoluzione da rassegna per appassionati a hub per la ristorazione organizzata. Con 4.000 etichette e una giornata dedicata ai professionisti (25% delle presenze), l'evento ha analizzato un mercato che, secondo la **Scotch Whisky Association**, ha visto i Single Malt crescere in valore del 22% nel 2024, dato confermato anche dal raddoppio degli italiani che visitano le distillerie in Scozia (1,5 milioni nel 2024), trasformandosi in "ambasciatori" del brand una volta rientrati. "Siamo partiti 20 anni fa con un evento molto ristretto - ricorda **Andrea Giannone**, fondatore dell'evento assieme a Giuseppe Doici -. Oggi il trend è in crescita, anche se il business risente della contrazione della capacità di spesa". Il Festival ha consacrato definitivamente il whisky prodotto in Italia come



una realtà artigianale virtuosa. Per il ristoratore, inserire referenze nazionali significa offrire uno storytelling unico che unisce il prestigio del distillato al valore del Made in Italy. Tra i brand più rappresentativi **Strada Ferrata**, in Lombardia, con l'obiettivo di 70.000 bottiglie in tre anni, punta sull'orzo coltivato e maltato in Italia. L'italianità emerge nell'affinamento, in botti che hanno ospitato Marsala e altri vini tipici. In Piemonte, la storica **Mazzetti d'Altavilla** declina il whisky attraverso la tradizione della grappa. L'uso dell'alambicco discontinuo a bagnomaria applicato a mosti d'orzo nazionali crea un single malt complesso, con finish in botti di grappa Moscato. Una proposta che sta conquistando i whisky bar (1.800 bottiglie in quattro mesi). A Napoli, il progetto **Priscus** affonda le radici nella Scuola Medica Salernitana con l'uso di grani antichi del Cilento, fermentazioni brassicole e alambicchi ibridi. La maturazione avviene in botti delle cantine Marisa Cuomo, rafforzando il legame con il territorio. Infine, dalla Sardegna, **Exmu** punta al controllo totale della filiera. Nata nel 2020, la distilleria punta a maltare internamente l'orzo isolano, con un focus specifico sull'uso di botti ex-sherry. La distribuzione a ristoranti ed enoteche sarde garantisce l'esclusività sul territorio.

STRATEGIE PER L'HORECA E RUOLO DELLA FORMAZIONE

Una carta dei distillati non deve spaventare. Secondo Giannone, bastano poche referenze mirate: "Un investimento corretto prevede 10 whisky misti, 4 rum, 2 o 3 Armagnac. È la coccola finale dopo una buona cena o un pranzo di lavoro, che fa la differenza sul margine". Ma il settore affronta sfide non banali. **Gabriele Rondani** (Spirits & Colori) evidenzia un calo nei consumi legato a diversi fattori: "C'è grande attenzione alle calorie, ma pesa soprattutto la disponibilità economica. Spesso manca un'offerta intermedia: non si possono proporre drink a 15-18 euro e trovare una massa critica di consumatori in questa congiuntura". Per **Mirko Turconi** (Fine Spirits), il mercato sta tornando verso i brand più noti. "Spesso i locali si fermano alle solite quattro etichette. Il prodotto di qualità deve tornare al giusto prezzo, ma servono entusiasmo e curiosità". Un tema caldo resta la miscelazione. Se il **Bourbon e Rye** è più immediato, lo **Scotch** richiede maggiore maestria. "L'enoteca e il ristorante - conclude Turconi - devono investire tempo per trasformare un magazzino fermo in un asset che genera valore".

© Riproduzione Riservata



TESTATE ONLINE

Gennaio 2026

Italia a Tavola

WINE

Qualifica di competenza, tecnica, innovazione e servizio
Sette in totale con l'aggiunta alle saggi online attività pubbliche

WINE | ATTUALITÀ | HOBBY | CHECK-IN | ALIMENTI | APPUNTAMENTI | SALUTE | RICETTE

WINE & SPIRITS

TRA LUCI E OMBRE

Whisky in Italia: il mercato rallenta, ma cresce la comunità degli appassionati

Il mercato del whisky in Italia chiude il 2025 meglio di come era iniziato ma con segnali contrastanti: rallentamento dei consumi, stock elevati e horeca prudente, ma una comunità di appassionati sempre più consapevole. Dal Milano Whisky Festival emergono analisi e prospettive di distributori e imbottiglieri, tra difficoltà iniziali e recupero nella seconda parte dell'anno

di **Giambattista Marchetto** | 02 gennaio 2026 | 09:00



La 20ª edizione del Milano Whisky Festival & Rum Show - conclusa a inizio dicembre - ha confermato la vitalità della comunità degli appassionati. L'evento - che ha riunito i più importanti distributori e imbottiglieri nazionali oltre a molte distillerie, presentando oltre 4000 etichette da degustare - ha visto una folla di appassionati riverenti sul capoluogo lombardo e confermare la grande attenzione delle "barche" del whisky/life: sempre più appassionati e sempre più consapevoli.



Il mercato del whisky in Italia ha vissuto un 2025 contraddittorio

Dei pericoli la ricerca degli appassionati continua e insieme si rinnova. Il mercato nel suo complesso racconta un'attenta storia. Distributori e imbottiglieri presenti alla manifestazione hanno delineato un quadro più complesso dell'anno che si è appena chiuso, anche se non mancano ad un prudente ottimismo: sorridendo in un 2026 di speranza.

L'eccesso di stock nella filiera

Jacopo Grassi di Fine Spirits inquadra subito la situazione: «L'anno è iniziato in generale male, ma perché tutta la filiera, nel corso degli ultimi anni, ha comprato troppo. Tutta la filiera e quindi il consumatore finale, i bar, i grossisti, gli importatori, così i produttori hanno prodotto troppo e quindi tutti hanno accumulato troppo stock».



Jacopo Grassi di Fine Spirits

Il problema ha colpito anche i consumi finali, che si sono ridotti nell'an trade, nel mondo bar e ristorazione «Visto dall'anno è stato difficile, anche ovviamente per la situazione economica generale che non aiuta», spiega Grassi. «La cosa positiva è che da settembre in poi, in generale, la sensazione è che i consumi si stiano riprendendo. Le vendite hanno in parte compensato quello che era mancato all'inizio dell'anno». Il whisky, in particolare, ha sofferto proprio perché l'industria ha speso un po' troppo negli ultimi anni. «C'è stata un'infatuazione dagli anni del post-Covid che ha portato a tanti nuovi brand, nuovi imbottiglieri, limited edition... e il mercato fatica a star dietro a un'offerta che è semplicemente eccessiva rispetto a quello che può assorbire». Questo ha generato un ritorno verso i marchi più noti, un fenomeno particolarmente evidente nei gift ma emergente anche nel whisky: «C'è meno interesse per le limited edition e si torna più verso la gamma base, anche perché è più accessibile nel prezzo».

Per Grassi, «il medio periodo ci sarà una riduzione dell'offerta. Dal parlante con i brand preferiamo di veder ridurre le limited edition, concentrandosi sul core. Secondo me è una notizia positiva, perché il mercato è saturo».

L'impatto del decreto contro il drunk driving

Anche Gabriele Rondani, direttore commerciale e marketing di Spirit & Cokel, conferma che il 2025 è sicuramente iniziato «malissimo»: «Il primo trimestre è stato duro per tutti, con un calo dei volumi importanti soprattutto in ristorazione, nell'an trade ma anche nell'off trade, legato alla situazione economica che dura da un po', ma soprattutto legata ai primi mesi del decreto Salvini contro il drunk driving. Quello ha spezzettato un po'».

Italia a Tavola

WINE

Qualifica di competenza, tecnica, innovazione e servizio
Sette in totale con l'aggiunta alle saggi online attività pubbliche

WINE | ATTUALITÀ | HOBBY | CHECK-IN | ALIMENTI | APPUNTAMENTI | SALUTE | RICETTE


WINE & SPIRITS

TRA LUCI E OMBRE

Whisky in Italia: il mercato rallenta, ma cresce la comunità degli appassionati

Il mercato del whisky in Italia chiude il 2025 meglio di come era iniziato ma con segnali contrastanti: rallentamento dei consumi, stock elevati e horeca prudente, ma una comunità di appassionati sempre più consapevole. Dal Milano Whisky Festival emergono analisi e prospettive di distributori e imbottiglieri, tra difficoltà iniziali e recupero nella seconda parte dell'anno

di **Giambattista Marchetto** | 02 gennaio 2026 | 09:00




Gabriele Rondani, direttore commerciale e marketing di Spirit & Cokel

Il sentiero di volta è arrivato quando gli italiani si sono resi conto che facciano la stessa strada e non incontrano nessun controllo, ma avevano anche voglia di uscire alla ripertura della stagione. E anche i controlli si sono affievoliti rispetto alle paure dell'inizio. L'estate è stata «non ottima, ma comunque non catastrofica» - spiega Rondani - con una crescita nell'export del whisky, soprattutto con un accostamento degli italiani che è andato male. In generale, c'è un calo dopo tutti gli acquisti fidi che sono stati fatti durante il Covid e negli anni seguenti.

Il settore privato e online ha registrato performance deboli - «ci sono operatori che mi offrono il credito tra il 20 e il 30 per cento e gli ordini di Natale sono arrivati molto rivoltati alla festa rispetto al solito, con un grave stress logistico, segno di una maggiore cautela da parte dei clienti».

Contrazione dei consumi e risposta con la cultura

Leonardo Segna di Sagno SpA parla di un anno «sfidante, iniziato in salita». «Un po' la contrazione dei consumi ha colpito anche i distillati, come il vino. D'altra parte, le "assurdità" della stretta nei controlli sull'alcol, per quanto le regole non fossero cambiate davvero, comunque ha inciso spicciatamente sui consumi fuori casa». Il primo semestre è stato particolarmente difficile, con un netto calo del consumo al ristorante: «Chi abbiamo visto, per fortuna, un leggero recupero della partita, anche se l'anno rimane difficile. Le vendite off trade in antrade hanno resistito meglio, perché l'appassionato non consuma più al ristorante, ma si porta la bottiglia a casa - spiega Segna - dunque il prodotto viene venduto lo stesso, ma viene consumato in quantità inferiore perché ovviamente a casa beviamo meno».




Leonardo Segna di Sagno SpA

La risposta che propone è «fare cultura, spiegare il prodotto, perché i miei prodotti hanno una storia dietro che, una volta spiegata, affascina il consumatore, lo incuriosisce, porta ad assaggiare e soprattutto lo porta a capire. Se in vedo un bel quadro, dico che è bello, ma se poi qualcuno mi dà una chiave interpretativa, perché una dimensione totalmente diversa, da bidimensionale diventa tridimensionale. E così anche noi distillati».

In casa Sagno, comunque, il whisky registra un andamento un po' in controtendenza: «vogliamo concordare con il whisky. Abbiamo iniziato da qualche anno, è un prodotto che si sta inserendo nel mercato italiano e quindi per noi è relativamente facile crescere».

Andamento altalenante con sorprese (positive) autunnali

Piero Venetio di Rinaldi descrive il 2025 come caratterizzato da un «andamento altalenante», ma tutto sommato - guardandolo verso fine anno - con un «andamento positivo». È stato strano secondo il brand ambassador: «a maggio avremmo un po' preoccupati, soprattutto sulla categoria rum e whisky. È direi un po' di difficoltà anche nel gift. L'attività è stata calma, la gente non ha consumato molto i distillati. Poi però ha sorpreso anche noi una salita ripresa su ottobre-novembre, quando abbiamo avuto numeri da record. Sono diventati numeri che non avevamo mai fatto».



Piero Venetio, brand ambassador di Rinaldi

Il rum e il whisky hanno dato soddisfazioni in particolare, mentre il gin è in pari. Per il futuro, Venetio vede un percorso verso mercati alternativi, puntando su attività di co-branding con settori diversi, come per esempio ai motori, alle fide di alto settore.



Gli imbottiglieri vedono un mercato più maturo

In un anno diverso dagli altri per la apertura Comodi De Rosa di Whiskyfaide, periodo molto dell'imbottigliamento. «Il 2025 è stato caratterizzato da un rallentamento di richieste da parte del pubblico - ammette - ma a ridosso anche segnali positivi, almeno nel nostro piccolo. Il consumatore finale conosce sempre la qualità». De Rosa nota una maggiore attenzione a certi dettagli - dalla provenienza all'origine della bottiglia - e questo è interessante perché significa forse un mercato più maturo, magari caratterizzato da una maggiore ricchezza del rapporto qualità-prezzo rispetto all'impennata del whisky negli anni del Covid. È stato dunque un anno di riflessione, con meno attenzione a brand e meno standardizzazione sullo Scotch.



Comodi De Rosa di Whiskyfaide

In questo scenario, per un altro imbottigliatore di nicchia come Andrea Morozzi la strategia deve essere stringente. «È il momento di consolidare la clientela che già esiste, perché raggiungere nuovi clienti oggi, con la situazione che c'è, non è semplicissimo. In quest'anno l'ho dedicato molto ai clienti che già avevo e molto poco all'espansione commerciale, perché credo sia un anno di passaggio».

Certo, la speranza è premura verso un cambio di passo, ma l'horca in generale appare un po' complessa, bloccata in attesa di sapere dove si va. Eppure, chi ha il coraggio di intraprendere comunque viene sempre premiato. Dunque, non rinunciare a proporre cose nuove e interessanti.

© Riproduzione riservata



Wine News

THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY

Sabato 31 Gennaio 2026 - Aggiornato alle 11:19

ITALIA MONDO NON SOLO VINO **NEWSLETTER** LA CANTINA DI WINENEWS DICONO DI NOI

ITALIA
EVENTI

"Champagne Experience" 2026 (4-5 ottobre): Bologna ancora capitale italiana dello Champagne

Excellence Sidi, guidata da Luca Cuzziol, che riunisce 21 tra i distributori top di vino in Italia, consolida la partnership con BolognaFiere

Bologna, 30 gennaio 2026, ore 13:10



"Champagne Experience" 2026 (4-5 ottobre) by Excellence Sidi, ancora a BolognaFiere

Se è vero come è vero che le spedizioni di Champagne nel mondo, nel 2025, sono diminuite del -1,8% sul 2024 (per 266 milioni di bottiglie uscite dalle maison, di cui 114 verso la Francia e 152 all'export), è altrettanto vero che l'Italia è stabilmente, da anni, uno dei principali mercati per le grandi bollicine d'Oltralpe (nel 2024, ultimi dati disponibili, il n. 5 in volume, con 8,4 milioni di bottiglie, ed il quarto in valore, con 235 milioni di euro, secondo il Comité Champagne). E così come è stato nel 2025, anche nel 2026 la "capitale italiana dello Champagne" sarà ancora Bologna, con la prossima edizione della "Champagne Experience", in calendario il 4 e il 5 ottobre. Con Excellence Sidi, realtà guidata da Luca Cuzziol che organizza la kermesse - e che mette insieme 21 tra le più rappresentative e prestigiose compagnie d'importazione e distribuzione a livello nazionale (da Sagna a Gruppo Meregalli, da Cuzziol GrandiVini a Pellegrini, da Balan a Sarzi Amadè, da Vino & Design a Teatro del Vino, da Proposta Vini a Bolis, da Les Caves de Pyrene a Premium Wine Selection Pws, da Ghilardi Selezioni a Visconti43, da Première ad Agb Selezione, da Philharmonica a Spirits & Colori, da ViteVini ad Apoteca, a Ceretto Terroirs), che, nel 2024, hanno generato un fatturato di 327,4 milioni di euro, con oltre 2.045 agenti, nel complesso, su tutto il territorio nazionale, e oltre 2.185 aziende distribuite - e che ha deciso di confermare "la dotta, la grassa, la rossa" come cornice del più importante evento dedicato allo Champagne nel Belpaese, dopo l'esordio positivo dello scorso anno a BolognaFiere (dopo tanti anni a Modena). Ribadendo al tempo stesso il ruolo crescente di Bologna come "hub del vino", insieme ad eventi come la Slow Wine Fair (22-24 febbraio, in contemporanea con Sana Food), il Mercato dei Vini dei Vignaioli Indipendenti della Fivi (in calendario dal 21 al 23 novembre) e ai nuovi eventi all'estero con le "Wine Experience" 2026 (a Londra, in UK, il 26-27 aprile, ad Ho Chi Minh City, in Vietnam, l'11-12 giugno, e a Città del Messico, in Messico, il 10-11 novembre).

La "Champagne Experience" sta "crescendo e il cambio di location ha consolidato questo evento come punto di riferimento per chi vuole approfondire in modo organico e professionale la conoscenza di questo iconico vino - sottolinea Luca Cuzziol, presidente Excellence Sidi - il modello di presentazione dello Champagne che abbiamo adottato, un vero fiore all'occhiello di questa manifestazione, si è rivelato perfetto perché immediato e chiaro, ideale sia per operatori del settore Horeca, principali visitatori della manifestazione, sia per gli appassionati e wine lovers". L'edizione 2025, dunque, ha certificato la bontà della formula di "Champagne Experience" grazie a più di 7.000 presenze registrate nella due giorni. "È un motivo di grande vanto riuscire a sostenere e consolidare la cultura dello Champagne in Italia - aggiunge Pietro Pellegrini, vicepresidente Excellence Sidi - eticità e professionalità sono alcuni dei valori fondamentali che animano le realtà distributive che fanno parte di Excellence Sidi: senza di esse non sarebbe possibile organizzare un evento così importante e ormai imprescindibile per chiunque desideri conoscere il mondo dello Champagne". Anche quest'anno, spiega Excellence Sidi, saranno presenti in degustazione alcune centinaia di etichette di storiche maison e piccoli vigneron, suddivise in base alla loro appartenenza geografica, corrispondente alle diverse zone di produzione della Champagne: Montagne de Reims, Vallée de la Marne, Côte des Blancs e Côte des Bar, mentre le maison classiche saranno riunite in un'area dedicata.

Copyright © 2000/2026



USCITE
TV - TV ONLINE
Febbraio 2026





USCITE EDITORIALI CARTA STAMPATA

Febbraio 2026



FOOD SERVICE

FIERE

Whisky, un driver di innovazione e margine

IL MILANO WHISKY FESTIVAL SI CONFERMA LABORATORIO DI BUSINESS PER LA RISTORAZIONE ORGANIZZATA. IL RE DEI DISTILLATI PUNTA A RIDEFINIRE LA REDDITIVITÀ DEL FINE PASTO E DELL'APERITIVO GOURMET

✦ Camilla Micheletti

Il Milano Whisky Festival & Rum Show 2025 ha confermato la sua evoluzione da rassegna per appassionati a hub per la ristorazione organizzata. Con 4.000 etichette e una giornata dedicata ai professionisti (25% delle presenze), l'evento ha analizzato un mercato che, secondo la **Scotch Whisky Association**, ha visto i Single Malt crescere in valore del 22% nel 2024, dato confermato anche dal raddoppio degli italiani che visitano le distillerie in Scozia (1,5 milioni nel 2024), trasformandosi in "ambasciatori" del brand una volta rientrati. "Siamo partiti 20 anni fa con un evento molto ristretto - ricorda **Andrea Giannone**, fondatore dell'evento assieme a Giuseppe Dolci -. Oggi il trend è in crescita, anche se il

business risente della contrazione della capacità di spesa". Il Festival ha consacrato definitivamente il whisky prodotto in Italia come una realtà artigianale virtuosa. Per il ristoratore, inserire *referenze nazionali* significa offrire uno *storytelling* unico che unisce il prestigio del distillato al valore del *Made in Italy*. Tra i brand più rappresentativi **Strada Ferrata**, in Lombardia, con l'obiettivo di 70.000 bottiglie in tre anni, punta sull'orzo coltivato e malmato in Italia. L'italianità emerge nell'affinamento, in botti che hanno ospitato Marsala e altri vini tipici. In Piemonte, la storica **Mazzetti d'Altavilla** declina il whisky attraverso la tradizione della grappa. L'uso dell'alambicco discontinuo

a bagnomaria applicato a mosti d'orzo nazionali crea un single malt complesso, con finish in botti di grappa Moscato. Una proposta che sta conquistando i whisky bar (1.800 bottiglie in quattro mesi). A Napoli, il progetto **Priscus** affonda le radici nella Scuola Medica Salernitana con l'uso di grani antichi del Cilento, fermentazioni brassicole e alambicchi ibridi. La maturazione avviene in botti delle cantine Marisa Cuomo, rafforzando il legame con il territorio. Infine, dalla Sardegna, **Exmu** punta al controllo totale della filiera. Nata nel 2020, la distilleria punta a maltare internamente l'orzo isolano, con un focus specifico sull'uso di botti ex-sherry. La distribuzione a ristoranti ed enoteche sarde garantisce l'esclusività sul territorio.



FOOD SERVICE



Una carta dei distillati non deve spaventare. Secondo Giannone, bastano poche referenze mirate: "Un investimento corretto prevede 10 whisky misti, 4 rum, 2 o 3 Armagnac. È la coccola finale dopo una buona cena o un pranzo di lavoro, che fa la differenza sul margine". Ma il settore affronta sfide non banali. **Gabriele Rondani** (Spirits & Colori) evidenzia un calo nei consumi legato a diversi fattori: "C'è grande attenzione alle calorie, ma pesa soprattutto la disponibilità economica. Spesso manca un'offerta intermedia: non si possono proporre drink a 15-18 euro e trovare una massa critica di consumatori in questa congiuntura". Per **Mirko Turconi** (Fine Spirits), il mercato sta tornando verso i brand più noti. "Spesso i locali si fermano alle solite quat-

tro etichette. Il prodotto di qualità deve tornare al giusto prezzo, ma servono entusiasmo e curiosità". Un tema caldo resta la miscelazione. Se il **Bourbon e Rye** è più immediato, lo **Scotch** richiede maggiore maestria. "L'enoteca e il ristorante – conclude Turconi – devono investire tempo per trasformare un magazzino fermo in un asset che genera valore".

© Riproduzione Riservata

STRATEGIE PER L'HORECA E RUOLO DELLA FORMAZIONE





**TESTATE
ONLINE**
Febbraio 2026



NATOCONLAVALIGIA

HOME

ARTE & CULTURA ▾

ASSAGGI & GUSTI ▾

AUTO & MOTO &... ▾

EVENTI & INIZIATIVE ▾

SPIRITSECOLORI



Agavesanta

ASSAGGI & GUSTI

NATOCONLAVALIGIA

SPIRITS

CS SPIRITS & COLORI FESTEGGIA IL DECENNALE AL BEER & FOOD ATTRACTION

📅 10/02/2026 — 👤 Natoconlavaligia Redazione

Un brindisi per i 10 anni di di Spirits & Colori a Beer & Food Attraction 2026. Appuntamento a Rimini, dal

[Leggi tutto](#)



NATOCONLAVALIGIA

HOME ARTE & CULTURA AVANGUARDIA & GUSTI AUTO & MOTO A... EVENTI & INDIAGNE NOTIZIE TURISMO VIDEO



Agomenti

Avanguardia & Gusti

CS SPIRITS & COLORI FESTEggia IL DECENNALE AL BEER & FOOD ATTRACTION

di MARIO DI CARO - 2 febbraio 2026

UN BRINDISI PER I 10 ANNI DI DI SPIRITS & COLORI A BEER & FOOD ATTRACTION 2026.

APPUNTAMENTO A ROMA, DAL 15 AL 17 FEBBRAIO, PAD. D - STAND 68 PER FESTEggiARE IL DECENNALE E I RISULTATI DEL 2025 CON LE ULTIME NOVITÀ DALL'AZIENDA "TALENT SCOUT" DEI MIGLIORI DISTILLATI NEL MONDO.



Agomenti

Si prospetta una tre giorni importante per **Spirits & Colori** che ha scelto di festeggiare il proprio decennale e gli ottimi risultati del 2025 al **Beer & Food Attraction**, la manifestazione di riferimento per il mondo beverage e food service, a Roma dal 15 al 17 febbraio, presso il **Padiglione D - Stand 68**.

Il 2025 si è chiuso infatti in modo positivo per l'azienda che ha registrato una crescita di fatturato del **+5%**, confermando la solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. "Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte", commenta **Gabriele Randani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori**. "Continuamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, sui prodotti di altissima livello pensati per i professionisti del bar e dalla ristorazione che vogliono distinguersi". In questi 10 anni l'azienda con sede a **Reggio Emilia**, ha saputo distinguersi nella **selezione, importazione e distribuzione di distillati premium** destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento di **elevata ricercatezza**, composto da piccoli produttori di qualità riconosciuta e livello mondiale, capaci di sorprendere anche i palati più esigenti.

In fase, **Spirits & Colori** presenterà alcune delle sue **eccellenze più rappresentative e le ultime novità**, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive. Tra le novità più attese, **AGAVESANTA**, un distillato unico nato dall'invasione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di **Oscar Quagliariel**, il celebre "barista profumiere" che ha saputo reinventare il mondo dei distillati con il suo talento distintivo. Integramente **Made in Italy**, **AGAVESANTA** celebra le tradizioni italiane più profonde, creando un gusto sintonico con il cuore del Messico. L'immagine del Sole attira le radici nella storia della **Madonna di Loreto**, il cui volto scuro - segnato nei secoli dai fumi delle candele votive - è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1821, la statua venne ricostruita in **legno di cedro**, mantenendo intatto il suo aspetto sacro come memoria della fede collettiva. Da quella storia nasce **AGAVESANTA**: un distillato che trasforma la memoria in sapore. L'anima del prodotto è l'**agave 100%**, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da **olio essenziale di cedro** che richiama il legno della Madonna di Loreto e dona al distillato un elegante sentore affumicato. Il calore rosso inteso si ottiene grazie all'influenza di **blanca**, sapida All'Agave di Jamaica, simbolo della cultura messicana, capace di conferire note agrumate e una forte identità visiva. La bottiglia, vera e propria **opera d'arte**, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata: ogni curva e ogni dettaglio sono studiati per essere meraviglia, rispetto e un'attitudine fortemente class, pensata per i contesti più sofisticati della miscology contemporanea.



Humano - Pisco Huamán

Altra eccellenza in degustazione allo stand è **Pisco Huamán**, prodotto dal 1890 secondo una tradizione che si tramanda da **quattro generazioni**. La storia ha inizio con **Don Ismael de la Quintana**, che distillò la prima bottiglia nella **María Huacinda Huamán**, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli esportatori ternari degli anni '70, la famiglia ha saputo far rinascere la tenuta e il suo celebre distillato, mantenendo intatta la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli **stessi alambicchi di rame**. **De Uguca Quechua, Huamán** significa **"dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti"**, un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti e suato in ogni dettaglio.



Humano - Pisco Huamán Puro Quebranta

In fase sarà possibile degustare il **Pisco Huamán Puro Quebranta** e l'**Acholado**.

Completa l'esperienza allo stand **Hayman's London 0%**, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman inizia nel 1863 con **James Burrough**, farmacia londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel 2023 hanno lanciato il loro primo drink completamente **0%**. Hayman's London 0.0% presenta **aromi naturali di ginestra, coriandolo e agrumi**, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acque toniche e una fetta di pompelmo o lime, rappresentando un'alternativa al tradizionale **Gin Tonic**, senza rinunciare al gusto.



Hayman's London 0.0%

Spirits & Colori è un'azienda italiana con sede a Reggio Emilia specializzata dal 2016 nella selezione, importazione e distribuzione sul territorio nazionale di distillati d'altissima qualità e cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti. Il suo catalogo comprende un assortimento di elevate ricercatezza, caratterizzato da piccoli produttori di eccelsa qualità e livello mondiale, capaci di stupire i palati più esigenti con i propri distillati.

15/02/2026 20:18:12 Nota stampa "Spirits&Colori"

EMOTIVA - IL PARTNER STRATEGICO DELL'EXHIBIT DESIGN

All'Ex promuove l'ecoturismo globale



AGEN FOOD
AGENZIA DI STAMPA

TAVOLA E BOTTEGA ▾

BEVANDE ▾

SALUTE E BEAUTY FOOD

AGRICOLTURA

VIAGGI DI GUSTO

TURISMI

ISTITUZIONI

SOSTENIBILITA' E HI-TECH

APPROFONDIMENTI ▾

CHI SIAMO

SERVIZI OFFERTI

Spirit & Colori

Home » Spirit & Colori



Beer & Food Attraction 2026: Spirits & Colori festeggia un decennio di gusto

📅 11/02/2026 18:30 👤 Redazione Agenfood 📁 MIXOLOGY

(Agen Food) - Rimini, 11 feb. - Si prospetta una tre giorni importante per Spirits & Colori che ha scelto di festeggiare il proprio decennale e gli ottimi risultati de 2025 al Beer & Food Attraction, la manifestazione di riferimento...

[Continua →](#)



TAVOLA E BOTTEGA ▾ BEVANDE ▾ SALUTE E BEAUTY FOOD AGRICOLTURA VIAGGI DI GUSTO T

MIXOLOGY

Home • MIXOLOGY • Beer & Food Attraction 2026: Spirits & Colori...



Beer & Food Attraction 2026: Spirits & Colori festeggia un decennio di gusto

11/02/2026 18:30 | Redazione Agenfood | MIXOLOGY

(Agen Food) – Rimini, 11 feb. – Si prospetta una tre giorni importante per **Spirits & Colori** che ha scelto di festeggiare il proprio decennale e gli ottimi risultati de 2025 al Beer & Food Attraction, la manifestazione di riferimento per il mondo beverage e food service, a Rimini dal 15 al 17 febbraio, presso il Padiglione D – Stand 69.

Il 2025 si è chiuso infatti in modo positivo per l'azienda che ha registrato una **crescita di fatturato del +5%**, confermando la solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. "Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte", commenta **Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori**. "Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi". In questi 10 anni l'azienda con sede a **Reggio Emilia**, ha saputo distinguersi nella **selezione, importazione e distribuzione di distillati premium** destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento di **elevata ricercatezza**, composto da piccoli produttori di qualità riconosciuta a livello mondiale, capaci di sorprendere anche i palati più esigenti.

In fiera, Spirits & Colori presenterà alcune delle sue **eccellenze più rappresentative e le ultime novità**, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive. Tra le novità più attese, **AGAVESANTA**, un distillato unico nato dall'innovazione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di **Oscar Quagliarini**, il celebre "barista profumiere" che ha saputo reinventare il mondo dei distillati con il suo talento distintivo. Interamente **Made in Italy**, AGAVESANTA celebra le tradizioni italiane più profonde, creando un ponte simbolico con il cuore del Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della **Madonna di Loreto**, il cui volto scuro – segnato nei secoli dai fumi delle candele votive – è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua venne ricostruita in **legno di cedro**, mantenendo volutamente il suo aspetto scuro come memoria della fede collettiva. Da questa storia nasce AGAVESANTA: un distillato che trasforma la memoria in sapore. L'anima del prodotto è **l'agave 100%**, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da **olio essenziale di cedro** che richiama il legno della Madonna di Loreto e dona al distillato un elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso è ottenuto grazie all'infusione di **ibisco**, ispirata all'Agua de Jamaica, simbolo della cultura messicana, capace di conferire note agrodolci e una forte identità visiva. La bottiglia, vera e propria **opera d'arte**, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata: ogni curva e ogni dettaglio sono studiati per evocare meraviglia, rispetto e un'attitudine fortemente classys, pensata per i contesti più sofisticati della mixology contemporanea.

Altra eccellenza in degustazione allo stand è **Pisco Huamani**, prodotto dal 1890 secondo una tradizione che si tramanda da **quattro generazioni**. La storia ha inizio con **Don Ismael de la Quintana**, che distillò la prima bottiglia nella storica **Hacienda Huamani**, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli espropri terreni degli anni '70, la famiglia ha saputo far rinascere la tenuta e il suo celebre distillato, mantenendo intatta la ricetta originale e utilizzando ancora oggi **gli stessi alambicchi di rame**. In lingua **quechua**, **Huamani** significa "dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti": un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti e curato in ogni dettaglio.

In fiera sarà possibile degustare il **Pisco Huamani Puro Quebranta** e l'**Acholado**.

Completa l'esperienza allo stand **Hayman's London 0%**, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman inizia nel 1863 con James Burrough, farmacista londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel 2025 hanno lanciato il loro primo drink completamente 0%. Hayman's London 0.0% presenta **aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi**, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, rappresentando un'**eccellente alternativa al tradizionale Gin Tonic**, senza rinunciare al gusto.



HOME>SPIRITS & COLORI FESTEGLIA IL DECENNALE AL BEER & FOOD ATTRACTION

FEBBRAIO 11, 2026 - SPIRITS AND COLORI

SPIRITS & COLORI FESTEGLIA IL DECENNALE AL BEER & FOOD ATTRACTION

Appuntamento a Rimini, dal 15 al 17 febbraio, Pad. D - Stand 69 per festeggiare il decennale e i risultati del 2025 con le ultime novità dall'azienda "talent scout" dei migliori distillati nel mondo.

Si prospetta una tre giorni importante per Spirits & Colori che ha scelto di festeggiare il proprio decennale e gli ottimi risultati de 2025 al Beer & Food Attraction, la manifestazione di riferimento per il mondo beverage e food service, a Rimini dal 15 al 17 febbraio, presso il Padiglione D - Stand 69.

Il 2025 si è chiuso infatti in modo positivo per l'azienda che ha registrato una crescita di fatturato del +5%, confermando la solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. "Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte", commenta Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori. "Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi". In questi 10 anni l'azienda con sede a Reggio Emilia, ha saputo distinguersi nella selezione, importazione e distribuzione di distillati premium destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento di elevata ricercatezza, composto da piccoli produttori di qualità riconosciuta a livello mondiale, capaci di sorprendere anche i palati più esigenti.

In fiera, Spirits & Colori presenterà alcune delle sue eccellenze più rappresentative e le ultime novità, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive. Tra le novità più attese, AGAVESANTA, un distillato unico nato dall'innovazione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di Oscar Quagliarini, il celebre "barista profumiere" che ha saputo reinventare il mondo dei distillati con il suo talento distintivo. Interamente Made in Italy, AGAVESANTA celebra le tradizioni italiane più profonde, creando un ponte simbolico con il cuore del Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della Madonna di Loreto, il cui volto scuro - segnato nei secoli dai fumi delle candele votive - è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua venne ricostruita in legno di cedro, mantenendo volutamente il suo aspetto scuro come memoria della fede collettiva. Da questa storia nasce AGAVESANTA: un distillato che trasforma la memoria in sapore. L'anima del prodotto è l'agave 100%, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da olio essenziale di cedro che richiama il legno della Madonna di Loreto e dona al distillato un elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso è ottenuto grazie all'infusione di ibisco, ispirata all'Agua de Jamaica, simbolo della cultura messicana, capace di conferire note agrodolci e una forte identità visiva. La bottiglia, vera e propria opera d'arte, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata: ogni curva e ogni dettaglio sono studiati per evocare meraviglia, rispetto e un'attitudine fortemente class, pensata per i contesti più sofisticati della mixology contemporanea.

Altra eccellenza in degustazione allo stand è Pisco Huamaní, prodotto dal 1890 secondo una tradizione che si tramanda da quattro generazioni. La storia ha inizio con Don Ismael de la Quintana, che distillò la prima bottiglia nella storica Hacienda Huamaní, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli espropri terrieri degli anni '70, la famiglia ha saputo far rinascere la tenuta e il suo celebre distillato, mantenendo intatta la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli stessi alambicchi di rame. In lingua quechua, Huamaní significa "dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti": un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti e curato in ogni dettaglio.

In fiera sarà possibile degustare il Pisco Huamaní Puro Quebranta e l'Acholado. Completa l'esperienza allo stand Hayman's London 0%, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman's inizia nel 1863 con James Burrough, farmacista londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel 2025 hanno lanciato il loro primo drink completamente 0%. Hayman's London 0.0% presenta aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, rappresentando un'eccellente alternativa al tradizionale Gin Tonic, senza rinunciare al gusto.

FOTOGALLERY (4) Login to download





Distillati premium e crescita per Spirits & Colori: il decennale al Beer & Food Attraction 2026



Spirits & Colori celebra dieci anni e una crescita del 5% nel 2025, presentando nuove eccellenze e strategie per il segmento premium a Rimini.

Di Redazione

2 di lettura

La domanda di **distillati premium** e prodotti innovativi sta guidando nuove strategie di crescita tra gli operatori del beverage in Italia. In questo contesto, **Spirits & Colori** celebra il decennale dalla fondazione e una **crescita del fatturato del 5% nel 2025**, confermando la solidità del proprio modello nel segmento di fascia alta. L'azienda ha scelto il Beer & Food Attraction, manifestazione di riferimento per il settore, come palcoscenico per presentare le ultime novità dal **15 al 17 febbraio 2026** presso il Padiglione D - Stand 69 a Rimini.

L'esercizio chiuso al **31 dicembre 2025** ha evidenziato un rafforzamento della posizione competitiva di Spirits & Colori, grazie a una proposta centrata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. La società, con sede a **Reggio Emilia**, si è distinta nella **selezione, importazione e distribuzione di distillati premium** rivolti a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su scala nazionale. Il catalogo include referenze di **piccoli produttori internazionali**, con un assortimento orientato alla ricercatezza e alla valorizzazione delle tradizioni produttive.

Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori, ha dichiarato:

"Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte. Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi".

Nuove proposte tra innovazione e tradizione

Nell'ambito della fiera, Spirits & Colori presenta alcune delle sue referenze più rappresentative insieme alle ultime novità. Tra queste spicca **AGAVESANTA**, distillato Made in Italy realizzato da un gruppo di imprenditori milanesi in collaborazione con **Oscar Quagliarini**. Il prodotto combina **agave 100%**, olio essenziale di cedro e infusione di ibisco, creando un ponte ideale tra la tradizione italiana e quella messicana. L'identità visiva richiama la storia della **Madonna di Loreto**, mentre la bottiglia è progettata per evocare eleganza e attenzione ai dettagli, elementi apprezzati nella mixology contemporanea.

L'offerta si arricchisce con **Pisco Huamani**, distillato artigianale prodotto in Perù dal **1890**. La lavorazione segue una ricetta tramandata da **quattro generazioni**, mantenendo l'utilizzo degli stessi alambicchi in rame originari della storica Hacienda Huamani nella Valle di Ica. Il nome richiama la protezione degli dei Inca secondo la lingua quechua. In occasione dell'evento sarà possibile degustare le varianti Puro Quebranta e Acholado.

A completare la selezione vi è **Hayman's London 0%**, alternativa analcolica al gin tonic proposta da una delle famiglie storiche del gin inglese. Fondata nel **1863**, la distilleria ha introdotto nel **2025** il primo drink completamente privo di alcol, caratterizzato da aromi naturali di ginepro, coriandolo, agrumi e pepe. Il prodotto è pensato per la miscelazione professionale e si rivolge ai consumatori attenti alle nuove tendenze del beverage senza alcol.

© Riproduzione totale e parziale riservata

Altre notizie su: [Spirits & Colori](#)

Fonti e Note

Comunicato stampa Borderline Agency



 Contenuti principali

 Persone

 Learning

 Lavoro

Post di Rassegna Business




Rassegna Business


13.066 follower
2 ore



Spirits & Colori celebra dieci anni dalla fondazione e registra una crescita del fatturato del 5% nel 2025, rafforzando la propria posizione nel segmento dei distillati premium.

 L'azienda di Reggio Emilia si distingue per la selezione, importazione e distribuzione di prodotti di alta gamma, con un catalogo che valorizza piccoli produttori internazionali e tradizioni artigianali.

In occasione del Beer & Food Attraction 2026, Spirits & Colori presenta nuove referenze come AGAVESANTA, distillato Made in Italy che unisce ingredienti italiani e messicani, e Pisco Humaní, prodotto artigianale peruviano, oltre a Hayman's London 0%, alternativa analcolica al gin tonic.

 Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing, Spirits & Colori ha dichiarato: "il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte".

[#beverage](#) [#business](#) [#carriera](#) [#imprenditoria](#) [#imprese](#)



Distillati premium e crescita per Spirits & Colori: il decennale al Beer & Food Attraction 2026

rassegnabusiness.news

 1 · 1 commento

 Consiglia

 Commenta

 Condividi



10 DI JUSY - NOTIZIE GUSTOSE - RICETTE - VINI - COCKTAIL - IN DISPENSA - EVENTI - NEWS - RICETTE DEGLI CHEF - CHI

EVENTI

Spirits & Colori celebra dieci anni al Beer & Food Attraction con novità e crescita nel settore dei distillati premium

Spirits & Colori festeggia dieci anni di successi al Beer & Food Attraction di Rimini, presentando novità come Agavesanta e Pisco Huamani, con un focus su qualità e tradizione.



In redazione Fornelli d'Italia | Febbraio 12, 2026



Si preannuncia un evento di grande rilevanza per **Spirits & Colori**, che festeggia il proprio decennale e i risultati positivi del 2025 in occasione del **Beer & Food Attraction**, una manifestazione di spicco nel settore **beverage** e **food service**. L'evento si svolgerà a **Rimini** dal 15 al 17 febbraio, presso il **Padiglione D - Stand 68**.

Risultati economici del 2025

Il 2025 ha segnato un anno di crescita per **Spirits & Colori**, con un incremento del **5% di fatturato**. Questo risultato evidenzia l'impegno dell'azienda nel costruire un progetto imprenditoriale solido, basato sulla **qualità**, sul **storytelling** e su una forte **identità di prodotto**. **Gabriele Rondani**, Direttore Commerciale e Marketing, ha sottolineato che i risultati ottenuti dimostrano come il mercato valorizzi la coerenza e il coraggio nelle decisioni aziendali. **Spirits & Colori** continua a puntare su brand che raccontano storie autentiche e offrono prodotti di alta qualità, pensati per i professionisti del settore che desiderano distinguersi.

Con sede a **Reggio Emilia**, nel corso di dieci anni, l'azienda si è affermata nella **selezione, importazione e distribuzione di distillati premium**, servendo **cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti** in tutta Italia. Il catalogo si distingue per un'accurata selezione di piccoli produttori di fama internazionale, capaci di soddisfare anche i palati più esigenti.

Novità in fiera: Agavesanta

Tra le novità più attese al **Beer & Food Attraction** c'è **Agavesanta**, un distillato innovativo frutto della creatività di un gruppo di imprenditori milanesi e di **Oscar Quagliariello**, noto "barista profumiere" che ha reinterpretato il mondo dei distillati. Intrinsecamente **Made in Italy**, **Agavesanta** rappresenta un ponte simbolico tra **Italia e Messico**, con un'immagine che affonda le radici nella storia della **Madonna di Loreto**. La statua, ricostruita in legno di cedro dopo un incendio nel 1921, mantiene il suo aspetto scuro, simbolo di devozione popolare.

Il distillato si compone di **agave 100%**, un tributo alla tradizione messicana, arricchito con **olio essenziale di cedro**, che ricorda il legno della **Madonna** e conferisce un'elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso, ottenuto dall'infusione di **ibisco**, si ispira all'**Agua de Jamaica**, offrendo note agrodolci e un forte impatto visivo. La bottiglia, un'opera di design, rappresenta la **Madonna** in modo elegante, pensata per stupire nei contesti più raffinati della **mixology contemporanea**.

Pisco Huamani: un viaggio nella tradizione peruviana

Presente allo stand anche **Pisco Huamani**, un distillato prodotto dal 1890, che segue una tradizione tramandata da quattro generazioni. La storia di questo **pisco** inizia con **Don Ismael de la Quintana**, nella storica **Hacienda Huamani**, situata nella parte alta della **Valle di Ica**, in Perù. Dopo gli espropri terreni degli anni '70, la famiglia ha ripristinato la tenuta e il famoso distillato, mantenendo viva la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli stessi **alambicchi in rame**.

Il nome "Huamani" in lingua **quechua** significa "dio Ica, protettore del popolo e dei raccolti", evocando l'anima di questo **pisco artigianale**, prodotto in piccoli lotti. Durante l'evento, i visitatori potranno degustare il **Puro Quebranta** e **Facholado**, due varianti che rappresentano l'eccellenza della tradizione peruviana.

Hayman's London 0.0%: l'alternativa analcolica

A completare l'offerta allo stand c'è **Hayman's London 0.0%**, una proposta analcolica di qualità da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia del marchio inizia nel 1863 con **James Burrough**, un farmacista londinese che fondò la distilleria. Nel 2025, i suoi discendenti hanno lanciato il primo drink completamente **0% alcol**, mantenendo aromi naturali di **ginepro, coriandolo e agrumi**, per un profilo fresco e speziato.

Questa alternativa è ideale per la miscelazione, perfetta con acqua tonica e una fetta di **pompelmo o lime**, offrendo una versione contemporanea del tradizionale **Gin Tonic**, senza compromettere il gusto.



In redazione Fornelli d'Italia | Febbraio 12, 2026



HORECA NEWS

THE DAILY NEWSLETTER

LA NEWSLETTER PER I PROFESSIONISTI DELL'HORECA E DEL FOODSERVICE N. 1.669 del 12/02/2026

Cronaca per l'impresa

È nata MCTech, la nuova realtà guidata da Enrico Zoppas

Una nuova realtà industriale dal know how di Acqua Minerale San Benedetto



Cronca per l'impresa

Spirits & Colori festeggia il decennale a Beer&Food Attraction

L'azienda festeggia i risultati 2025 con nuove interessanti etichette



VUOI COMUNICARE UN'INIZIATIVA O UN NUOVO PRODOTTO AI NOSTRI LETTORI?

SCRIVI A redazione@horecanews.it



HorecaNews - info@horecanewsletter.com - Napoli, IT
Visualizza tutte le newsletter precedenti: www.horecanewsletter.com

[Cancella la tua iscrizione](#)
Per visualizzare la mail nel browser [Clicca qui](#)



HORECA NEWS

TUTTE LE NOTIZIE NOTIZIE E DINTORNI RESTORAZIONE OSPITALITÀ DISTRIBUZIONE DISPENSA HORECA EVENTI RUBRICA

Spirits & Colori festeggia il decennale a Beer&Food Attraction tra crescita e nuovi distillati premium

Spirits & Colori celebra 10 anni al Beer&Food Attraction di Rimini tra crescita, distillati premium e nuove eccellenze

CRONACA PER L'IMPRESA

Redazione 5 12 febbraio 2024 - 08:32



CRONACA PER L'IMPRESA - Si prospetta una tre giorni strategica per **Spirits & Colori**, che celebra il proprio **decennale** e gli eccellenti risultati del **2025** in occasione del **Beer&Food Attraction**, manifestazione di riferimento per il mondo **beverage** e **food service**, in programma a **Rimini** dal 15 al 17 febbraio (Padiglione D - Stand 69).

Crescita e solidità: il bilancio 2025

Il 2025 si è chiuso con un segno positivo: l'azienda ha registrato un **+5% di fatturato**, consolidando un progetto imprenditoriale fondato su **qualità, storytelling** e forte **identità di prodotto**.

"Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la **coerenza** e il **coraggio nelle scelte**", commenta **Gabriele Rondani**, Direttore Commerciale e Marketing di **Spirits & Colori**. "Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi".

Con sede a **Reggio Emilia**, in dieci anni **Spirits & Colori** si è affermata nella **selezione, importazione e distribuzione di distillati premium** destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento ricercato, composto da piccoli produttori di riconosciuta qualità internazionale, capaci di conquistare anche i palati più esigenti.



AGAVESANTA: l'agave incontra la devozione italiana

Tra le novità più attese in fiera spicca **AGAVESANTA**, distillato innovativo nato dall'iniziativa di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla creatività di **Oscar Quagliarini**, celebre "barista profumiere" che ha saputo reinterpretare il mondo dei distillati con uno stile distintivo.

Inerentemente **Made in Italy**, **AGAVESANTA** crea un ponte simbolico tra Italia e Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della **Madonna di Loreto**, il cui volto scuro - segnato nei secoli dai fumi delle candele votive - è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua fu ricostruita in legno di cedro, mantenendo volutamente il suo aspetto scuro come memoria collettiva.

Da questa narrazione prende forma un distillato che trasforma la memoria in sapore: **agave 100%**, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da **olio essenziale di cedro**, che richiama il legno della Madonna e conferisce un'elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso deriva dall'influsione di **ibisco**, ispirata all'Agua de Jamaica, con note agrodolci e forte impatto visivo.

La bottiglia, vera opera di design, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata, pensata per evocare meraviglia e rispetto nei contesti più sofisticati della **mixology contemporanea**.



Pisco Huamani: tradizione peruviana dal 1890

Allo stand sarà protagonista anche **Pisco Huamani**, prodotto dal 1890 secondo una tradizione tramandata da quattro generazioni. La storia inizia con Don Ismael de la Quintana nella storica Hacienda Huamani, nella parte più alta della **Valle di Ica**, in **Perù**.

Dopo gli espropri terreni degli anni '70, la famiglia ha riportato in vita la tenuta e il celebre distillato, preservando la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli stessi **atambicchi in rame**.

In lingua quechua, "Huamani" significa "dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti": un nome che racchiude l'anima di questo **pisco artigianale**, prodotto in piccoli lotti. In fiera sarà possibile degustare il **Puro Quebranta** e l'**Acholado**.



Hayman's London 0.0%: l'alternativa analcolica di qualità

Completa l'esperienza allo stand **Hayman's** con **Hayman's London 0.0%**, proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia del marchio inizia nel 1863 con **James Burroughs**, farmacista londinese e fondatore della distilleria.

Nel 2025 i discendenti hanno lanciato il primo drink completamente **0% alcol**: una referenza che conserva aromi naturali di **ginepro, coriandolo e agrumi**, con un profilo fresco e speziato. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, offrendo un'alternativa contemporanea al **Gin Tonic** tradizionale, senza rinunciare al gusto.



Mixology
ITALIA.com
The Spirits & Cocktail Italian HUB

HOME NOTIZIE ▾ PRODOTTI ▾ SPIRITS ▾ PROTAGONISTI ▾ RUBRICHE ▾

Home > Aziende > Spirits & Colori crescita, nuovi distillati premium e novità al Beer & Food Attraction

Spreads

Spirits & Colori: crescita, nuovi distillati premium e novità al Beer & Food Attraction

By Redazione S 12/02/2025



Si annuncia una tre giorni ad alto valore strategico per Spirits & Colori, che al Beer & Food Attraction — appuntamento di riferimento per il mondo beverage e food service, in programma a Rimini dal 15 al 17 febbraio (Padiglione D – Stand 69) — celebra il decennale di attività insieme agli eccellenti risultati archiviati nel 2025.

Crescita e solidità: il bilancio 2025

Il 2025 si chiude con un segno positivo: +5% di fatturato per l'azienda, che consolida così un progetto imprenditoriale fondato su qualità, storytelling e una forte identità di prodotto. Un risultato che conferma la solidità della visione strategica e la capacità di intercettare le evoluzioni del mercato premium.

"Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte", commenta Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori. "Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi".

Con sede a Reggio Emilia, in dieci anni Spirits & Colori si è affermata come realtà di riferimento nella selezione, importazione e distribuzione di distillati premium destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento ricercato, composto da piccoli produttori di riconosciuta qualità internazionale, capaci di conquistare anche i palati più esigenti.



AGAVESANTA: l'agave incontra la devozione italiana

Tra le novità più attese in fiera spicca AGAVESANTA, distillato innovativo nato dall'intuizione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla creatività di Oscar Quagliarini, celebre "barista profumiere" che ha reinterpretato il mondo dei distillati con uno stile fortemente identitario.

Interamente Made in Italy, AGAVESANTA costruisce un ponte simbolico tra Italia e Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della Madonna di Loreto, il cui volto scuro — segnato nei secoli dai fumi delle candele votive — è divenuto parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua fu ricostruita in legno di cedro, mantenendo volutamente l'aspetto scuro come memoria collettiva.

Da questa narrazione prende forma un distillato che trasforma la memoria in esperienza sensoriale: agave 100%, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da olio essenziale di cedro, che richiama il legno della Madonna e dona un elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso nasce dall'infusione di ibisco, ispirata all'Agua de Jamaica, con note agrodolci e un forte impatto visivo.

La bottiglia, autentica opera di design, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata, pensata per evocare meraviglia e rispetto nei contesti più sofisticati della mixology contemporanea.



Pisco Huamani: tradizione peruviana dal 1890

Protagonista allo stand anche Pisco Huamani, prodotto dal 1890 secondo una tradizione tramandata da quattro generazioni. La storia inizia con Don Ismael de la Quintana nella storica Hacienda Huamani, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli espropri terrieri degli anni '70, la famiglia ha riportato in vita la tenuta e il celebre distillato, preservando la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli stessi alambicchi in rame.

In lingua quechua, "Huamani" significa "dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti": un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti. In fiera sarà possibile degustare le referenze Puro Quebranta e Acholado, espressioni autentiche della tradizione peruviana.



storica famiglia del gin

Completa l'esperienza allo stand Hayman's con Hayman's London 0.0%, proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia del marchio inizia nel 1863 con James Burrough, farmacista londinese e fondatore della distilleria.

Nel 2025 i discendenti hanno lanciato il primo drink completamente 0% alcol: una referenza che conserva aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi, con un profilo fresco e speziato. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, offrendo un'alternativa contemporanea al Gin Tonic tradizionale, senza rinunciare al gusto.





Spirits & Colori festeggia dieci anni a Beer & Food Attraction 2026

Home > Rubriche > Marchi e Aziende > Spirits & Colori festeggia dieci anni a Beer & Food Attraction 2026



13/02/2026 **Marchi e Aziende**, **Rubriche**

Spirits & Colori festeggia dieci anni a Beer & Food Attraction 2026

Si prospetta una tre giorni importante per **Spirits & Colori**.

Il distributore ha scelto di festeggiare il proprio decennale e i risultati del 2025 al **Beer & Food Attraction**, la manifestazione in programma a Rimini dal 15 al 17 febbraio.

L'azienda si troverà al Padiglione D - Stand 69.

Un buon 2025 per Spirits & Colori

Spirits & Colori ha chiuso il 2025 in modo positivo.

L'azienda ha registrato una crescita di fatturato del +5%.

La solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti sono stati determinanti.

"Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte", commenta **Gabriele Rindani**, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori.

"Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e delle ristorazione che vogliono distinguersi".

Le proposte allo stand di Spirits & Colori

In fiera, Spirits & Colori presenterà alcune delle sue eccellenze più rappresentative e le ultime novità, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive.

Tra le novità più attese c'è **AGAVESANTA**, un distillato unico nato dall'innovazione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di Oscar Quagliariello.

Il celebre "artista profumiere" ha saputo reinventare il mondo dei distillati con i suoi talenti distintivi.

Altra eccellenza in degustazione allo stand è **Pisco Huamani**, prodotto dal 1990 secondo una tradizione che si tramanda da quattro generazioni.

Completa l'esperienza allo stand **Hayman's London 0%**, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del Gin inglese.



BASSO VOLUME

Mercati | Aziende & Prodotti | Normative & Istituzioni | Tecniche & Impianti | Packaging & Logistica | Marketing & Eventi | Contatti/Chi siamo

Aziende & Prodotti, Spirits no e low alcohol

La voce dei distributori. Spirits & Colori: "Gli spirits zero hanno quadruplicato le vendite in un anno"

La mixology è la destinazione d'uso principale. Gabriele Rondani, direttore commerciale e marketing del distributore, analizza i dati di crescita del +300% ottenuti con la linea Sober Spirits e Filippo Sisti traccia la rotta tecnica per il bartender moderno: "Il cliente va educato al valore del cocktail zero alcohol".

Jessica Pitt
18 Febbraio 2026 3-4 minuti
alcohol free, Beer/Food Attraction, Filippo Sisti, Gabriele Rondani, cocktail, No/Low alcohol, Spirits & Colori

Il ruolo del bartender secondo Filippo Sisti

Dal punto di vista operativo, Filippo Sisti, mixology corporate di **Spirits & Colori**, rievoca la crescita del segmento no e low alcohol a partire dal post Covid: "Per molti anni, la richiesta di un analcolico è stata gestita con succhi e sciroppi. Oggi l'industria mette a disposizione basi spiriti dealcoolate che permettono di replicare con risultati interessanti i grandi classici, dal Negroni al Paloma" il messaggio per i bartender è chiaro: non si tratta di una sottrazione, ma di un'alternativa di stile. "Se non lo sai, non lo vedi: il drink deve avere l'estetica e la dignità di un cocktail alcolico". Il trend No/Low non è guidato tanto da una richiesta consapevole dei governassimi, ma da una spinta proattiva dei professionisti. "La Gen Z arriva al banco e spesso si affida al bartender, come del resto abbiamo fatto tutti quando abbiamo iniziato a sperimentare l'offerta beverage fuori casa - osserva Sisti - il barman ha quindi, nei limiti di quello che può essere un consiglio, anche il ruolo educativo di trasmettere il valore del bere consapevole, purtando non allo sbalzo ma alla qualità con cocktail zero o low alcohol, la cui gradazione alcolica tra i 5 e i 12 grad sta tra quella di una birra o un bicchiere di vino".



© Riproduzione riservata

Dall'edizione 2026 di Beer & Food Attraction emerge che aziende e distributori guardano alla mixology come la **destinazione privilegiata dell'offerta del no e low alcohol** in Italia. Sebbene il mercato sia ancora in una fase di evoluzione tecnica e di assortimento, a distanza di circa cinque anni dai primi segnali del trend, è oggi possibile tracciare un primo bilancio concreto tra numeri di vendita e risposta dei consumatori.

Autore



Iniziamo l'indagine La voce dei distributori con **Spirits & Colori**, distributore su tutto il territorio italiano, che a Rimini ha festeggiato 10 anni di attività con novità di catalogo sia alcoliche che analcoliche. Nel primo segmento debutta **Agavesanta**, un distillato made in Italy nato dalla visione del "barista profumiere" **Oscar Quagliariello**, un ponte sensoriale tra Italia e Messico che unisce agave 100%, olio essenziale di cedro e ibisco in una bottiglia dal

forte impatto artistico ispirata alla Madonna di Loreto. A questo si affianca la storicità di **Pisco Huamán**, eccellenza peruviana che dal 1890 tramanda la distillazione artigianale in alambicchi di rame. Come proposta analcolica, **Spirits & Colori** distribuisce **Hayman's London 0%**, l'alternativa alcohol-free firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman's inizia nel 1863 con James Burroughs, farmacista londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel 2025 hanno lanciato il loro primo drink completamente 0%. Hayman's London 0.0% presenta aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime.

"Abbiamo iniziato a distribuire in Italia spiriti no alcohol con la linea Sober Spirits nel corso del 2024 - afferma Gabriele Rondani, direttore commerciale e marketing di **Spirits & Colori** - e nel 2025 abbiamo quadruplicato le vendite".



L'azienda ha chiuso l'anno con un complessivo +15% del fatturato, un risultato che Rondani imputa alla scelta di prodotti dal posizionamento premium e capaci di portarsi dietro una stone distintiva. Aspetti che hanno fatto la differenza anche in segmenti il cui trend è in flessione, come il whisky e il rum. "Sober si distingue per essere un'intera linea di prodotti che deriva da spiriti alcolici: rum, whisky bourbon, bitter, gin, amaretto che vengono sottoposti al processo di dealcoolazione per osmosi a Grasse - prosegue Rondani -, l'alcol viene poi ceduto alle distillerie per la produzione di alta profumeria. Successivamente, nel cuore della Francia, all'interno di una distilleria fondata nel 1875, i prodotti vengono ridistillati con le componenti botaniche utili a supportare la struttura e il gusto. Il target del no alcohol non sono solo i giovani, ma anche i Millennial che in questo modo possono allargare i momenti di consumo. Il trend coinvolge tutta la Penisola in particolare i centri urbani di maggiori dimensioni".



NATOCONLAVALIGIA

HOME ARTS & CULTURA ASSAGGI & GUSTI AUTO & MOTO... EVENTI & INIZIATIVE NOTIZIE TURISMO VIDEO



BEER & FOOD ATTRACTION – I NUMERI

BEER&FOOD ATTRACTION 2026 LEADER IN EUROPA DELLA BEVERAGE&BAR INDUSTRY: +7% DI VISITATORI, CON UNA PRESENZA INTERNAZIONALE ALTAMENTE QUALIFICATA.
NEL 2027 BEER&FOOD ATTRACTION TORINO DAL 21 AL 23 FEBBRAIO.

- A Rimini, fiera più completa in Europa delle eccellenze italiane: i principali territori artigianali e le scene mainstream, i maggiori importatori di birre estere e le grandi multinazionali del mondo brassicolo
- 145 Super provenienti da 45 Paesi: focus sull'internazionalità con il sostegno di ICE Agenzia
- "Mixology" magazine dell'edizione 2026: area ampliata del 30%, afflusso importante di professionisti e bartender internazionali, focus nel patrocinio del bere contemporaneo. Una comunità molto trainata da live & no alcohol che arriva faccino alla Gen Z, ma coinvolta anche il pubblico adulto
- Strategico il ruolo del food come complemento al mondo beverage con le migliori proposte per il canale casual dining e l'aperitivo



Beer & Food Attraction 2026 - Inghilterra



Beer & Food Attraction 2026 - Inghilterra

Indice degli articoli

1. I DATI DELLA MANIFESTAZIONE
2. BOOM DELL'ALCOHOLICO, GEN Z GUIDA IL CAMBIAMENTO: LA BIRRA ARTIGIANALE CRESCE DEL 9% E FESTEGGIA 36 ANNI
3. IL CONSUMO DI BIRRA
4. LORENZO CASINOLI AWARDS: IL PREMIO ALLE BIRRE CHE CAMBIANO IL FUTURO
5. LE DATE 2027
6. LE INTERVISTE

I DATI DELLA MANIFESTAZIONE

Beer&Food Attraction di Italian Exhibition Group chiude oggi in Fiera a Rimini l'undicesima edizione con un **+7%** di visitatori professionali e **145 Super** provenienti da **45 Paesi**, che superano le attese iniziali. Determinante la strategica collaborazione con ICE Agenzia, che ha rafforzato il programma di incoming e gli incontri tra aziende e operatori esteri, ampliando le opportunità di business.

A trionfare l'edizione 2026, con oltre **800 espositori da 18 Paesi**, distribuiti su **14 padiglioni**, è stata anche la spinta verso il settore Mixology, con un'area espositiva ampliata del 30%. La nascita di **Mixology Attraction** ha inciso direttamente sull'affluenza complessiva, contribuendo all'aumento dei professionisti in visita. La manifestazione ha richiamato distributori e bartender nazionali e internazionali attratti dal nuovo spazio dedicato al beverage e all'arte della miscelazione e dal programma di show e incontri professionali. Il **Mixology Circus** - con 9 cocktail bar, sette italiani e due esteri tra Londra e Miami - ha portato in scena tre diverse interpretazioni del bar contemporaneo: dal linguaggio urbano e creativo alle atmosfere eclettiche fino all'oligarchia dell'olsetteria internazionale. Strategico anche il ruolo del food (che rappresenta circa il 20% dell'offerta espositiva) come complemento all'umore beverage, con le migliori proposte per il canale casual dining e per l'aperitivo, momento di consumo sul quale si concentrano sempre maggiori attenzioni. A completare la Fiera Beer&FoodAttraction in esposizione la tecnologia più innovativa e materie prime per la produzione di birra e beverage con **BBTech Expo**.

Prima fatta visita ai padiglioni espositori del Governo, a testimoniare il peso strategico del settore nella Fiera agrodolciaria. La ministro per le **Disabilità Alessandra Locatelli** ha firmato il protocollo d'intesa con la **Federazione Italiana Cuochi (FIC)** e il **Dipartimento Solidarietà ed Emergenze per promuovere l'inclusione lavorativa nella ristorazione e nell'accoglienza**, partecipando ai **Campionati della Cucina Italiana** che hanno visto in gara più di **500 concorrenti**. Presente anche il **ministro dell'Agricoltura Francesco Lollobrigida**, in visita alla FIC Arona dove si sono svolte le competizioni. Lollobrigida ha rimarcato l'importanza del settore birra con la necessità di valorizzare le birre a zero zuccheri e ha ribadito il traguardo del riconoscimento della **Cuore Italiana** a patrimonio Unesco e la necessità di assicurare alle aziende che operano nel comparto il giusto ritorno economico, incentivando sempre più i consumi e la tutela di ciò che è autenticamente italiano.

BOOM DELL'ALCOHOLICO, GEN Z GUIDA IL CAMBIAMENTO: LA BIRRA ARTIGIANALE CRESCE DEL 9% E FESTEGGIA 36 ANNI

Il settore birra, piena misura della fiera, ha visto accanto ai grandi marchi la presenza di una componente craft solida e attrattiva proprio nell'anno in cui ricorre l'anniversario dei trent'anni dalla nascita del movimento della birra artigianale italiana. Un percorso iniziato nel 1996 e oggi arrivato a una piena maturità, celebrato a Rimini con la XXI edizione del Premio Birra dell'Anno di Imbottire. A conquistare il titolo di **Birra dell'Anno 2026 la Birra dell'Ermo di Asolo**, scelta tra i 112 birrifici in gara (con 1.396 birre suddivise in 45 categorie) da una giuria internazionale composta da 73 esperti. In generale, il comparto birra, che secondo Assobirre vale oggi 12,4 miliardi di euro, vive una doppia evoluzione: le Birre artigianali crescono con 182 milioni di litri di acquisto, mentre le analitiche non sono più una nicchia e passano da 28 a 48 milioni di litri. Un cambiamento trainato anche dai più giovani: il **29% della Gen Z sceglie sempre l'analitico** e oltre la metà dei consumatori lo valuta in base all'assazione. Tra le curiosità emerge in Fiera spicca la nuova generazione di ready to drink: ricetta ispirata alla tradizione brassicola e alla miscelazione, tra acque a base di luppolo e malto rivitalizzato con aglio e betanina. Inoltre, in un contesto in cui l'80% degli italiani dichiara comportamenti responsabili, estende di bere prima di guidare e lavorare, il mercato si sta rapidamente riadattando su consumi consapevoli e qualità (CO2Zero).

IL CONGRESSO DELL'ERMO

Centrare in Fiera è stato l'evento dei distributori, tra i visitatori più presenti (grazie al **Congresso dell'Ermo di Italgrid** all'interno dell'International Beer Meeting). Al centro il ruolo strategico della distribuzione nel sistema del consumo fuori casa. I numeri parlano di un comparto di **oltre 100 miliardi di euro di fatturato**, 382mila punti di consumo tra bar, ristoranti, pizzerie e hotel e circa un milione e mezzo di occupati, con una **presenza femminile che supera il 55%**.

LORENZO CASINOLI AWARDS: IL PREMIO ALLE BIRRE CHE CAMBIANO IL FUTURO

Il **Lorenzo Casinoli Award 2026**, promosso da ANI-Associazione Giovani Innovatori e Agenzia ICE, che premia le idee più dinamiche del settore di birra e start-up ha assegnato il primo posto a **Creve 94** (Trieste) con una piattaforma digitale capace di leggere i dati in tempo reale per aiutare locali e fornitori a ottimizzare ordini e ridurre sprechi. Sostenibilità nel beverage e soluzioni digitali che semplificano pagamenti e fidelizzazione, protagoniste anche per le altre start-up finaliste.

LE DATE 2027

Appuntamento con **Beer&Food Attraction dal 21 al 23 Febbraio 2027** sempre alla Fiera di Rimini.

LE INTERVISTE

Le nostre interviste effettuate nella giornata del 18 febbraio 2026.



www.beerandfoodattraction.it
www.mixologyattraction.com/it

18/02/2026 - 13:51 - 04 Government Twitter



Italia a Tavola **WINE**

WINE ATTUALITÀ HORECA CHECK-IN ALIMENTI APPUNTAMENTI

A RIMINI HOME • WINE •

Mixology Attraction: quando il bere miscelato si trasforma in business reale

Mixology Attraction conferma il suo ruolo chiave nel comparto del bere miscelato, distinguendosi per focus su business e contatti concreti. Gli espositori puntano su format immersivi, degustazioni in vetro e opportunità operative

19 febbraio 2026 | 18:13

di **Nicole Cavazzuti**

Tutti pazzi per Mixology Attraction a Rimini: la fiera dove si "passa" non per apparire, ma per lavorare davvero. «Si viene per fissare appuntamenti, fare scouting mirati, testare e acquistare prodotti», osserva **Riccardo Aldinucci**, fondatore di Cocktails in Lattina. Al quarto anno, **Mixology Attraction** non è più un'area "a lato" della zona birra. È diventata un comparto riconoscibile della manifestazione - e un indicatore sempre più chiaro di dove si sta spostando il baricentro del settore. Lo confermano i numeri diffusi dagli organizzatori: lo **spazio espositivo dedicato al bere miscelato è cresciuto del 39%**. Un segnale di investimenti, centralità e soprattutto di pubblico professionale che torna in fiera per cercare relazioni utili e opportunità concrete. «Per un espositore una fiera è utile quando porta nuovi contatti e occasioni reali. E Rimini adempie a entrambi gli obiettivi», aggiunge Aldinucci.



Rimini è sempre più protagonista della mixology italiana

Roma Bar Show e Mixology Attraction: la differenza tra festa e business:

Se chi lavora nel settore guarda a Rimini con crescente attenzione, è anche per una ragione molto pratica: il calendario. «Rimini sta diventando un punto di riferimento per l'industry. È ben organizzata e cade in un periodo dell'anno strategico per la presentazione di nuovi prodotti, quando i locali rinnovano i contratti con i fornitori», osserva **Gabriele Rondani**, direttore marketing e commerciale di Spirits & Colori, presente a Rimini da tre anni. «Chi presenta novità trova interlocutori che hanno ancora margini e risorse economiche», dice Rondani: tradotto, qui non si viene solo per "fare presenza", ma per **trasformare l'interesse in business**.



Mixology Attraction: opportunità di business reali

Sulla stessa linea **Simone Baggio**, titolare de L'Alchimista (Castelfranco Veneto), guest nello stand sive di Seronno: «Roma Bar Show è la grande festa italiana del bere miscelato, mentre Rimini è la fiera dove si fa business». Due funzioni diverse, due momenti diversi dell'anno: uno alimenta comunità, visibilità e racconto; l'altro lavora su agende, portfolio e ordini. In sintesi: a Roma si costruisce **desiderabilità**, a Rimini si firmano **contatti**.

I big investono: format, ritorni e spazi "da vendita"

Il "peso" di Mixology Attraction si misura anche da un altro indicatore: quanti big decidono di investire - e quanto. Negli anni crescono i marchi che portano in fiera solo, personale, tempo e soprattutto progetti strutturali. **Aperol** (Campani) ha puntato su un format immersivo, portando un vero e proprio villaggio esperienziale pensato per far vivere il prodotto "a 360 gradi", tra musica, food e intrattenimento.



Veller è tornato con uno spazio importante

E Veller, da tempo assente dalle fiere, è tornata con uno spazio importante diviso tra sala vendite e area bar, con una drink list di classici che spazza dal Martini al Penicillin. E poi c'è un plus operativo che a Rimini fa la differenza: la possibilità di offrire drink preparati al momento e serviti in vetro, un dettaglio che incide su degustazione, racconto e qualità percepita. In altri contesti fieristici non sempre è possibile: a Milano, alla Mixology Experience, per esempio, non si poteva fare servizio bar.

Trend: low/no, ready to drink e "ingredienti sensoriali"

Sul fronte tendenze, l'attenzione resta puntata soprattutto sul **low/no alcol**, spesso indicato come uno dei segmenti più dinamici in una fase complessa per il comparto. Ma non tutti sono convinti che la corsa allo zero sia destinata a diventare un'abitudine stabile. «Per fortuna io gestisco un cocktail bar che punta sui classici. Non seguo le mode e non mi interessano. Detto questo, non sono convinto che la tendenza allo 0 e al low alcohol si trasformerà in stile di vita e di consumo: i cocktail analcolici e a bassa gradazione raramente sono armoniosi come i drink alcolici e non danno lo stesso piacere», afferma **Alex Frezza**, titolare de L'Antiquario (Napoli).



Cinzano: i ready to drink

Crescono anche i **cocktail alla spina**, ma soprattutto si moltiplicano le proposte **ready to drink**, sempre più presenti come risposta a due esigenze chiave del bar: velocità di servizio e standardizzazione, anche in assenza di personale esperto.



Anche Cinzano è stata protagonista a Rimini

Un esempio: **Cinzano Bitter Soda**, bevanda a base di vino, di colore rosso brillante e a bassa gradazione (8,5%). Tra gli ingredienti "in chiave wow" torna a farsi notare anche il fiore elettrico: «Non è una novità in senso assoluto: a usarlo per primo in Italia in miscelazione fu oltre dieci anni fa Dario Comini», puntualizza Frezza. La novità è un'altra: oggi **l'Acnella oleracea sta diventando sempre più diffusa**, fino a essere usata come elemento identitario anche negli spirits. È il caso di **Tesla Gin**, che lega il proprio racconto proprio al "fiore elettrico", spostando l'attenzione dall'aroma alla sensazione.

© Riproduzione riservata



BOTTI DA ORBI: DOPPIETTA DI DUNCAN TAYLOR E GOL DI HERCYNIAN @MATRICOLA PUB

Publicato il 24 Febbraio 2026 By whiskyfacile 4:41 pm



Il nome in effetti potrebbe serenamente essere quello di un centravanti dell'Hibernian o dell'Aberdeen FC. Oggettivamente, leggere sul tabellino dei marcatori che la doppietta di Duncan Taylor ha regalato una vittoria esterna nella sesta giornata di Scottish Premier League suona bene. Invece, per fortuna nostra, Duncan Taylor non è un calciatore, ma un'etichetta di imbottigliamenti indipendenti che viene importata in Italia da **Spirits & Colori** e che si avvale della straordinaria opera di evangelizzazione alcolica dello scozzese più italiano che ci sia, ovvero **Fergus Simpson**.

Proprio lui è stato protagonista un paio di mesi fa di una serata al Matricola Pub, alla quale ovviamente non potevamo proprio mancare. Abbiamo assaggiato parecchie cosine interessanti e – con il consueto ritardo che ci contraddistingue – procediamo ora a stendere un corposo reportage.

Ah, sul tabellino marcatori si è aggiunto nel recupero tale Hercynian. Andremo presto a fare la conoscenza di questo Carneade...



The Huntly 'The Octave' 27 yo (1997/2025, Duncan Taylor, 49.3%)

Blended malt di casa William Grant, ovvero Balvenie e Glenfiddich. Finish di tre mesi in botti ex sherry Oloroso. Curiosità: Huntly è un paesino non molto lontano da Glendronach, ai margini sud-orientali dello Speyside, in una zona un po' dimenticata da dio e dagli uomini. **C:** oro. **N:** che graziosa nota di metallo e colazione si sprigiona dal bicchiere, come se qualcuno avesse servito Ovomaltina e cioccolata al

latte in un pentolino di rame scaldato. Caffelatte, anche, a introdurre quello che è il marchio classico degli speysider anzianotti, ovvero la pastafrolla e la frutta gialla: mela cotogna (anzi, cotognata), pandoro, cedro candito, ananas disidratato... C'è una pasta mielosa e vagamente speziata, in cui emergono la noce moscata e il tabacco biondo. E poi il legno, bello presente ma elegante. Con due gocce d'acqua ricorda la torta di carote e il pandolce. **P:** sorprendentemente molto più secco del previsto, anche se un che di morbidezza (pesche sciropate?) rimane. C'è questo cuore pulsante di humidor di sigari, foglie secche e pera essiccata che spazza via ogni cremosità e ogni mollezza levantina. Questo è uno Scotch severo, astringente, in cui la massima concessione alla dolcezza sono dei biscotti alla mela secchi. Piccante, con un che di liquorosità. **F:** asciuga il palato, di media lunghezza e di nuovo con quel tocco vinoso. Non un classico, anzi. Quel finish in Oloroso riesce a fare piazza pulita del classico profilo voluttuoso di Balvenie e Glenfiddich, trascinando il dram sui territori dell'austerità. Ci sta, è preciso nel suo carattere. Però a noi manca tutta la dimensione di frutta trasfigurata dal tempo che ci aspettavamo. **86/100.**

Laphroaig 'The Octave' 13 yo (2011/2025, Duncan Taylor, 54.6%)

Di nuovo per la serie 'The Octave' che utilizza per l'invecchiamento barili più piccoli e attivi, ecco un Laphroaig affinato per gli ultimi tre mesi in botti ex Ruby port. **C:** cremisi carico. **N:** anche qui sa sorprendere. Ci aspettavamo una botte carica e superbamente centrata sui frutti rossi come Porto comanda, invece sembra che a dominare siano le erbe aromatiche e in generale una dimensione erbacea molto legata al distillato. Andiamo un po' random con le sensazioni: partiamo dal mirto, ci sovviene il ginepro, esplodono rosmarino e timo. Insomma, la torba è squisitamente medicinale pur mantenendosi sul versante balsamico (niente note di garza e disinfettante, tanto per capirci). Solo dopo, con qualche sforzo di concentrazione, ecco i frutti rossi: ribes, caramelle all'uva rossa. **P:** ribaltata la situazione, si apre sulla dolcezza del caramello e della marmellata di fragole, poi ingrana la quarta la torba: arrosto bruciato, erbe che si attaccano alla pentola e salsa BBQ rappresa. Il legno si sente, il vino poco: c'è solo un'idea di astringenza. Con acqua si fa più morbido e facile. **F:** piccantino, bruciato e ora astringente come porto comanda, ma senza mai esagerare.

Il Porto non è esattamente il nostro finish preferito, però qui ce lo siamo goduti. Una pennellata (ovviamente di color rubino...) leggera, delicata, che aggiunge senza snaturare il distillato. Il quale è assai identificabile





Il Porto non è esattamente il nostro finish preferito, però qui ce lo siamo goduti. Una pennellata (ovviamente di color rubino...) leggera, delicata, che aggiunge senza snaturare il distillato. Il quale è assai identificabile soprattutto al naso, con quella pletera di note erbacee. Bello, ci vivremo: **88/100.**



Emperor's Way Peated 6 yo (2019/2025, Hercynian, 61%)

Eccoci qui a bere il nostro primo single malt della distilleria tedesca Hercynian, che produce il celebre Glen Els e si fregia di essere dal 2002 casa del "whisky del cuore della Germania". Hanno un pot still a fuoco diretto molto interessante, producono 60mila bottiglie l'anno e qui siamo nella serie "Emperor's way", dedicata a un cammino locale e contraddistinta da single malt torbato a 35ppm invecchiato in botti molto marcanti. Ad esempio, questo hogshead #1366 è un Malaga moscatel cask. **C:** rame scuro. **N:** non sapevamo che alle pendici dei monti Harz, in Bassa Sassonia, il whisky profumasse di nocino. Eppure eccoci qui, con questo senso liquoroso di frutta secca e caramello, banana e noce moscata. O noce moscatel? Perdonate la battuta orrenda, ma il barile è dominante, in tutta la sua zuccherosità "sticky". Sì vabbé, ma la torba? Emerge dopo, e a dirla tutta emerge compiutamente solo con l'aggiunta di acqua, decisamente consigliata. Diluito, regala note di fumo e miele. **P:** l'alcol è perfettamente integrato, in questa inconsueta grazia intravediamo la stessa teutonica precisione tecnica di distillazione dei nostri [St.Kilian](#). Carico, il legno dolce è intenso ma mai stucchevole, più sulle castagne che sui toni del caramello. Caldarroste anzi, ben bruciate, ma ancora con un tocco liquoroso (il nocino con cui si apriva il naso). Frutta poca, forse una vaga arancia Navel e dei datteri. **F:** lungo, ora compiutamente torbato, sempre sul lato dolce del palato.

La parte migliore è senz'altro l'integrazione dell'alcol, a livelli da Zyklon-B eppure mai contundente. Ci convince meno il persistente senso di liquore, dolce e nocciolato, che lo rende un po' faticoso al riassaggio. Senz'altro interessante e anche ben fatto, ma non il massimo della piacevolezza. **84/100.**



ARTICLE MARKETING

Febbraio 2026



Comunicati stampa

Ogni giorno tutte le informazioni aggiornate dal Web. Richiedi gratuitamente la pubblicazione del tuo comunicato.



Ti trovi su: [Home](#) » [Weblog](#) » [Fiere e Sagre, Varie](#) » [Blog article: Un brindisi per i 10 anni di Spirits & Colori a Beer & Food Attraction 2026](#) | [Comunicati stampa](#)

Un brindisi per i 10 anni di Spirits & Colori a Beer & Food Attraction 2026

16 Febbraio 2026 da [Borderline Agency](#)

Appuntamento a Rimini, dal 15 al 17 febbraio, Pad. D - Stand 69 per festeggiare il decennale e i risultati del 2025 con le ultime novità dall'azienda "talent scout" dei migliori distillati nel mondo

Si prospetta una tre giorni importante per **Spirits & Colori** che ha scelto di festeggiare il proprio decennale e gli ottimi risultati del 2025 al **Beer & Food Attraction**, la manifestazione di riferimento per il mondo beverage e food service, a Rimini dal **15 al 17 febbraio**, presso il **Padiglione D - Stand 69**.

Il 2025 si è chiuso infatti in modo positivo per l'azienda che ha registrato una **crescita di fatturato del +5%**, confermando la solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. *"Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte"*, commenta **Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori**. *"Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi"*. In questi 10 anni l'azienda con sede a **Reggio Emilia**, ha saputo distinguersi nella **selezione, importazione e distribuzione di distillati premium** destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento di **elevata ricercatezza**, composto da piccoli produttori di qualità riconosciuta a livello mondiale, capaci di sorprendere anche i palati più esigenti.

In fiera, Spirits & Colori presenterà alcune delle sue **eccellenze più rappresentative e le ultime novità**, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive. Tra le novità più attese, **AGAVESANTA**, un distillato unico nato dall'innovazione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di **Oscar Quagliarini**, il celebre "barista profumiere" che ha saputo reinventare il mondo dei distillati con il suo talento distintivo. Interamente **Made in Italy**, AGAVESANTA celebra le tradizioni italiane più profonde, creando un ponte simbolico con il cuore del Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della **Madonna di Loreto**, il cui volto scuro - segnato nei secoli dai fumi delle candele votive - è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua venne ricostruita in **legno di cedro**, mantenendo volutamente il suo aspetto scuro come memoria della fede collettiva. Da questa storia nasce AGAVESANTA: un distillato che trasforma la memoria in sapore. L'anima del prodotto è l'**agave 100%**, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da **olio essenziale di cedro** che richiama il legno della Madonna di Loreto e dona al distillato un elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso è ottenuto grazie all'infusione di **ibisco**, ispirata all'Agua de Jamaica, simbolo della cultura messicana, capace di conferire note agrodolci e una forte identità visiva. La bottiglia, vera e propria **opera d'arte**, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata: ogni curva e ogni dettaglio sono studiati per evocare meraviglia, rispetto e un'attitudine fortemente class, pensata per i contesti più sofisticati della mixology contemporanea.

Altra eccellenza in degustazione allo stand è **Pisco Huamani**, prodotto dal **1890** secondo una tradizione che si tramanda da **quattro generazioni**. La storia ha inizio con **Don Ismael de la Quintana**, che distillò la prima bottiglia nella storica **Hacienda Huamani**, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli espropri terrieri degli anni '70, la famiglia ha saputo far rinascere la tenuta e il suo celebre distillato, mantenendo intatta la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli **stessi alambicchi di rame**. In lingua quechua, **Huamani** significa **"dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti"**: un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti e curato in ogni dettaglio.

In fiera sarà possibile degustare il **Pisco Huamani Puro Quebranta** e l'**Acholado**.

Completa l'esperienza allo stand **Hayman's London 0%**, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman's inizia nel **1863** con James Burrough, farmacista londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel **2025** hanno lanciato il loro primo drink completamente **0%**. Hayman's London 0.0% presenta **aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi**, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, rappresentando un'**eccellente alternativa al tradizionale Gin Tonic**, senza rinunciare al gusto.

www.spiritsecolori.it

Spirits & Colori è un'azienda italiana con sede a Reggio Emilia specializzata dal 2016 nella selezione, importazione e distribuzione sul territorio nazionale di distillati destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti. Il suo catalogo comprende un assortimento di elevata ricercatezza, caratterizzato da piccoli produttori di acclarata qualità a livello mondiale, capaci di stupire i palati più esigenti con i propri distillati.



Comunicati.eu

Un brindisi per i 10 anni di Spirits & Colori a Beer & Food Attraction 2026

Alimentari e Bevande, Comunicati Stampa

Appuntamento a Rimini, dal 15 al 17 febbraio, Pad. D – Stand 69 per festeggiare il decennale e i risultati del 2025 con le ultime novità dall'azienda "talent scout" dei migliori distillati nel mondo

Si prospetta una tre giorni importante per **Spirits & Colori** che ha scelto di festeggiare il proprio decennale e gli ottimi risultati de 2025 al Beer & Food Attraction, la manifestazione di riferimento per il mondo beverage e food service, a Rimini dal **15 al 17 febbraio**, presso il **Padiglione D – Stand 69**.

Il 2025 si è chiuso infatti in modo positivo per l'azienda che ha registrato una **crescita di fatturato del +5%**, confermando la solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. *"Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte"*, commenta **Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori**. *"Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi"*. In questi 10 anni l'azienda con sede a **Reggio Emilia**, ha saputo distinguersi nella **selezione, importazione e distribuzione di distillati premium** destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento di **elevata ricercatezza**, composto da piccoli produttori di qualità riconosciuti a livello mondiale, capaci di sorprendere anche i palati più esigenti.

In fiera, Spirits & Colori presenterà alcune delle sue **eccellenze più rappresentative e le ultime novità**, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive. Tra le novità più attese, **AGAVESANTA**, un distillato unico nato dall'innovazione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di **Oscar Quagliarini**, il celebre "barista profumiere" che ha saputo reinventare il mondo dei distillati con il suo talento distintivo. Interamente **Made in Italy**, AGAVESANTA celebra le tradizioni italiane più profonde, creando un ponte simbolico con il cuore del Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della **Madonna di Loreto**, il cui volto scuro – segnato nei secoli dai fumi delle candele votive – è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua venne ricostruita in **legno di cedro**, mantenendo volutamente il suo aspetto scuro come memoria della fede collettiva. Da questa storia nasce AGAVESANTA: un distillato che trasforma la memoria in sapore. L'anima del prodotto è l'**agave 100%**, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da **olio essenziale di cedro** che richiama il legno della Madonna di Loreto e dona al distillato un elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso è ottenuto grazie all'infusione di **ibisco**, ispirata all'Agua de Jamaica, simbolo della cultura messicana, capace di conferire note agrodolci e una forte identità visiva. La bottiglia, vera e propria **opera d'arte**, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata: ogni curva e ogni dettaglio sono studiati per evocare meraviglia, rispetto e un'attitudine fortemente class, pensata per i contesti più sofisticati della mixology contemporanea.

Altra eccellenza in degustazione allo stand è **Pisco Huamani**, prodotto dal **1890** secondo una tradizione che si tramanda da **quattro generazioni**. La storia ha inizio con **Don Ismael de la Quintana**, che distillò la prima bottiglia nella storica **Hacienda Huamani**, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli espropri terrieri degli anni '70, la famiglia ha saputo far rinascere la tenuta e il suo celebre distillato, mantenendo intatta la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli **stessi alambicchi di rame**. In lingua quechua, **Huamani** significa **"dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti"**: un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti e curato in ogni dettaglio.

In fiera sarà possibile degustare il **Pisco Huamani Puro Quebranta e l'Acholado**.

Completa l'esperienza allo stand **Hayman's London 0%**, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman's inizia nel **1863** con James Burrough, farmacista londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel **2025** hanno lanciato il loro primo drink completamente **0%**. Hayman's London 0.0% presenta **aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi**, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, rappresentando un'**eccellente alternativa al tradizionale Gin Tonic**, senza rinunciare al gusto.

www.spiritsecolori.it

Spirits & Colori è un'azienda italiana con sede a Reggio Emilia specializzata dal 2016 nella selezione, importazione e distribuzione sul territorio nazionale di distillati destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti. Il suo catalogo comprende un assortimento di elevata ricercatezza, caratterizzato da piccoli produttori di acclarata qualità a livello mondiale, capaci di stupire i palati più esigenti con i propri distillati.

Un brindisi per i 10 anni di Spirits & Colori a Beer & Food Attraction 2026

Pubblicata da: [Borderline](#)



Appuntamento a Rimini, dal 15 al 17 febbraio, Pad. D - Stand 69 per festeggiare il decennale e i risultati del 2025 con le ultime novità dall'azienda "talent scout" dei migliori distillati nel mondo

Si prospetta una tre giorni importante per **Spirits & Colori** che ha scelto di festeggiare il proprio decennale e gli ottimi risultati de 2025 al **Beer & Food Attraction**, la manifestazione di riferimento per il mondo beverage e food service, a Rimini **dal 15 al 17 febbraio, presso il Padiglione D - Stand 69.**

Il 2025 si è chiuso infatti in modo positivo per l'azienda che ha registrato una crescita di fatturato del +5%, confermando la solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. *"Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte"*, commenta Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori.

"Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono

distinguersi". In questi 10 anni l'azienda con sede a Reggio Emilia, ha saputo distinguersi nella selezione, importazione e distribuzione di distillati premium destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento di elevata ricercatezza, composto da piccoli produttori di qualità riconosciuta a livello mondiale, capaci di sorprendere anche i palati più esigenti.

In fiera, Spirits & Colori presenterà alcune delle sue eccellenze più rappresentative e le ultime novità, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive. Tra le novità più attese, **AGAVESANTA**, un distillato unico nato dall'innovazione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di Oscar Quagliarini, il celebre "barista profumiere" che ha saputo reinventare il mondo dei distillati con il suo talento distintivo. Interamente Made in Italy, AGAVESANTA celebra le tradizioni italiane più profonde, creando un ponte simbolico con il cuore del Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della Madonna di Loreto, il cui volto scuro - segnato nei secoli dai fumi delle candele votive - è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua venne ricostruita in legno di cedro, mantenendo volutamente il suo aspetto scuro come memoria della fede collettiva. Da questa storia nasce AGAVESANTA: un distillato che trasforma la memoria in sapore. L'anima del prodotto è l'agave 100%, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da olio essenziale di cedro che richiama il legno della Madonna di Loreto e dona al distillato un elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso è ottenuto grazie all'infusione di ibisco, ispirata all'Agua de Jamaica, simbolo della cultura messicana, capace di conferire note agrodolci e una forte identità visiva. La bottiglia, vera e propria opera d'arte, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata: ogni curva e ogni dettaglio sono studiati per evocare meraviglia, rispetto e un'attitudine fortemente classy, pensata per i contesti più sofisticati della mixology contemporanea.

Altra eccellenza in degustazione allo stand è **Pisco Huamaní**, prodotto dal 1890 secondo una tradizione che si tramanda da quattro generazioni. La storia ha inizio con Don Ismael de la Quintana, che distillò la prima bottiglia nella storica Hacienda Huamaní, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli espropri terrieri degli anni '70, la famiglia ha saputo far rinascere la tenuta e il suo celebre distillato, mantenendo intatta la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli stessi alambicchi di rame. In lingua quechua, *Huamaní* significa "dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti": un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti e curato in ogni dettaglio.

In fiera sarà possibile degustare il Pisco Huamaní Puro Quebranta e l'Acholado.

Completa l'esperienza allo stand Hayman's London 0%, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman's inizia nel 1863 con James Burrough, farmacista londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel 2025 hanno lanciato il loro primo drink completamente 0%. **Hayman's London 0.0%** presenta aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, rappresentando un'eccellente alternativa al tradizionale Gin Tonic, senza rinunciare al gusto.

www.spiritsecolori.it

Spirits & Colori è un'azienda italiana con sede a Reggio Emilia specializzata dal 2016 nella selezione, importazione e distribuzione sul territorio nazionale di distillati destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti. Il suo catalogo comprende un assortimento di elevata ricercatezza, caratterizzato da piccoli produttori di acclarata qualità a livello mondiale, capaci di stupire i palati più esigenti con i propri distillati.



Un brindisi per i 10 anni di Spirits & Colori a Beer & Food Attraction 2026

Appuntamento a Rimini, dal 15 al 17 febbraio, Pad. D – Stand 69 per festeggiare il decennale e i risultati del 2025 con le ultime novità dall'azienda "talent scout" dei migliori distillati nel mondo

Reggio Emilia, 16/02/2026 [informazione.news - comunicati stampa - fiere ed eventi]

Si prospetta una tre giorni importante per Spirits & Colori che ha scelto di festeggiare il proprio decennale e gli ottimi risultati de 2025 al Beer & Food Attraction, la manifestazione di riferimento per il mondo beverage e food service, a Rimini dal 15 al 17 febbraio, presso il Padiglione D – Stand 69.

Il 2025 si è chiuso infatti in modo positivo per l'azienda che ha registrato una crescita di fatturato del +5%, confermando la solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. "Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte", commenta Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori. "Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi". In questi 10 anni l'azienda con sede a Reggio Emilia, ha saputo distinguersi nella selezione, importazione e distribuzione di distillati premium destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento di elevata ricercatezza, composto da piccoli produttori di qualità riconosciuta a livello mondiale, capaci di sorprendere anche i palati più esigenti.

In fiera, Spirits & Colori presenterà alcune delle sue eccellenze più rappresentative e le ultime novità, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive. Tra le novità più attese, AGAVESANTA, un distillato unico nato dall'innovazione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di Oscar Quagliarini, il celebre "barista profumiere" che ha saputo reinventare il mondo dei distillati con il suo talento distintivo. Interamente Made in Italy, AGAVESANTA celebra le tradizioni italiane più profonde, creando un ponte simbolico con il cuore del Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della Madonna di Loreto, il cui volto scuro – segnato nei secoli dai fumi delle candele votive – è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua venne ricostruita in legno di cedro, mantenendo volutamente il suo aspetto scuro come memoria della fede collettiva. Da questa storia nasce AGAVESANTA: un distillato che trasforma la memoria in sapore. L'anima del prodotto è l'agave 100%, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da olio essenziale di cedro che richiama il legno della Madonna di Loreto e dona al distillato un elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso è ottenuto grazie all'infusione di ibisco, ispirata all'Agua de Jamaica, simbolo della cultura messicana, capace di conferire note agrodolci e una forte identità visiva. La bottiglia, vera e propria opera d'arte, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata: ogni curva e ogni dettaglio sono studiati per evocare meraviglia, rispetto e un'attitudine fortemente class, pensata per i contesti più sofisticati della mixology contemporanea.

Altra eccellenza in degustazione allo stand è Pisco Huamani, prodotto dal 1890 secondo una tradizione che si tramanda da quattro generazioni. La storia ha inizio con Don Ismael de la Quintana, che distillò la prima bottiglia nella storica Hacienda Huamani, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli espropri terrieri degli anni '70, la famiglia ha saputo far rinascere la tenuta e il suo celebre distillato, mantenendo intatta la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli stessi alambicchi di rame. In lingua quechua, *Huamani* significa "dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti": un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti e curato in ogni dettaglio.



In fiera sarà possibile degustare il Pisco Huamani Puro Quebranta e l'Acholado.

Completa l'esperienza allo stand Hayman's London 0%, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman's inizia nel 1863 con James Burrough, farmacista londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel 2025 hanno lanciato il loro primo drink completamente 0%. Hayman's London 0.0% presenta aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, rappresentando un'eccellente alternativa al tradizionale Gin Tonic, senza rinunciare al gusto.

Spirits & Colori è un'azienda italiana con sede a Reggio Emilia specializzata dal 2016 nella selezione, importazione e distribuzione sul territorio nazionale di distillati destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti. Il suo catalogo comprende un assortimento di elevata ricercatezza, caratterizzato da piccoli produttori di acclarata qualità a livello mondiale, capaci di stupire i palati più esigenti con i propri distillati.



Joy **FREE PRESS**

Un brindisi per i 10 anni di Spirits & Colori a Beer & Food Attraction 2026

di Borderline Agency // Pubblicato in Comunicati generici / Fiere ed Eventi / Prodotti //
Aggiornato Febbraio 16, 2026 // 4 minuti di lettura

Appuntamento a Rimini, dal 15 al 17 febbraio, Pad. D - Stand 69 per festeggiare il decennale e i risultati del 2025 con le ultime novità dall'azienda "talent scout" dei migliori distillati nel mondo

Si prospetta una tre giorni importante per **Spirits & Colori** che ha scelto di festeggiare il proprio **decennale e gli ottimi risultati de 2025 al Beer & Food Attraction**, la manifestazione di riferimento per il mondo beverage e food service, a Rimini dal **15 al 17 febbraio**, presso il **Padiglione D - Stand 69**.

Il 2025 si è chiuso infatti in modo positivo per l'azienda che ha registrato una **crescita di fatturato del +5%**, confermando la solidità del progetto e l'interesse crescente del mercato verso una proposta focalizzata su qualità, storytelling e identità dei prodotti. *"Il risultato del 2025 dimostra che il mercato premia la coerenza e il coraggio nelle scelte"*, commenta **Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori**. *"Continuiamo a investire su brand capaci di raccontare una storia autentica, con prodotti di altissimo livello pensati per i professionisti del bar e della ristorazione che vogliono distinguersi"*. In questi 10 anni l'azienda con sede a **Reggio Emilia**, ha saputo distinguersi nella **selezione, importazione e distribuzione di distillati premium** destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti su tutto il territorio nazionale. Il catalogo si distingue per un assortimento di **elevata ricercatezza**, composto da piccoli produttori di qualità riconosciuta a livello mondiale, capaci di sorprendere anche i palati più esigenti.

In fiera, **Spirits & Colori** presenterà alcune delle sue **eccellenze più rappresentative e le ultime novità**, offrendo al pubblico un vero e proprio viaggio tra storie, territori e culture produttive. Tra le novità più attese, **AGAVESANTA**, un distillato unico nato dall'innovazione di un gruppo di imprenditori milanesi e dalla maestria di **Oscar Quagliarini**, il celebre "barista profumiere" che ha saputo reinventare il mondo dei distillati con il suo talento distintivo. Interamente **Made in Italy**, **AGAVESANTA** celebra le tradizioni italiane più profonde, creando un ponte simbolico con il cuore del Messico. L'immaginario del brand affonda le radici nella storia della **Madonna di Loreto**, il cui volto scuro - segnato nei secoli dai fumi delle candele votive - è diventato parte integrante della devozione popolare. Dopo l'incendio del 1921, la statua venne ricostruita in **legno di cedro**, mantenendo volutamente il suo aspetto scuro come memoria della fede collettiva. Da questa storia nasce **AGAVESANTA**: un distillato che trasforma la memoria in sapore. L'anima del prodotto è l'**agave 100%**, omaggio alla tradizione messicana, arricchita da **olio essenziale di cedro** che richiama il legno della Madonna di Loreto e dona al distillato un elegante sentore affumicato. Il colore rosso intenso è ottenuto grazie all'infusione di **ibisco**, ispirata all'Agua de Jamaica, simbolo della cultura messicana, capace di conferire note agrodolci e una forte identità visiva. La bottiglia, vera e propria **opera d'arte**, raffigura la Madonna in una forma elegante e raffinata: ogni curva e ogni dettaglio sono studiati per evocare meraviglia, rispetto e un'attitudine fortemente class, pensata per i contesti più sofisticati della mixology contemporanea.

Altra eccellenza in degustazione allo stand è **Pisco Huamani**, prodotto dal **1890** secondo una tradizione che si tramanda da **quattro generazioni**. La storia ha inizio con **Don Ismael de la Quintana**, che distillò la prima bottiglia nella storica **Hacienda Huamani**, nella parte più alta della Valle di Ica, in Perù.

Dopo gli espropri terrieri degli anni '70, la famiglia ha saputo far rinascere la tenuta e il suo celebre distillato, mantenendo intatta la ricetta originale e utilizzando ancora oggi gli **stessi alambicchi di rame**. In lingua quechua, **Huamani** significa "dio Inca, protettore del popolo e dei raccolti": un nome che racchiude l'anima di questo pisco artigianale, prodotto in piccoli lotti e curato in ogni dettaglio. In fiera sarà possibile degustare il **Pisco Huamani Puro Quebranta e l'Acholado**.

Completa l'esperienza allo stand **Hayman's London 0X**, la proposta analcolica firmata da una delle famiglie storiche del gin inglese. La storia di Hayman's inizia nel **1863** con **James Burrough**, farmacista londinese e fondatore della distilleria. Oggi, i suoi discendenti continuano a innovare e nel **2025** hanno lanciato il loro primo drink completamente **0X**. Hayman's London 0.0X presenta **aromi naturali di ginepro, coriandolo e agrumi**, con sentori di agrumi e pepe. Pensato per la miscelazione, è ideale con acqua tonica e una fetta di pompelmo o lime, rappresentando un'**eccellente alternativa al tradizionale Gin Tonic**, senza rinunciare al gusto.

www.spiritsecolori.it

Spirits & Colori è un'azienda italiana con sede a Reggio Emilia specializzata dal 2016 nella selezione, importazione e distribuzione sul territorio nazionale di distillati destinati a cocktail bar, enoteche, hotel e ristoranti. Il suo catalogo comprende un assortimento di elevata ricercatezza, caratterizzato da piccoli produttori di acclarata qualità a livello mondiale, capaci di stupire i palati più esigenti con i propri distillati.



**USCITE
TV - TV ONLINE**
Marzo 2026



BEER & FOOD ATTRACTION





TESTATE ONLINE

Marzo 2026



NEWS

Roma Whisky Festival 2026 - Annunciati i premiati del concorso Whisky e Lode - Oggi secondo ed ultimo giorno della manifestazione

 di Redazione pubblicato il 1 Marzo 2026



Ieri si è svolta la prima giornata del **Roma Whisky Festival** presso il Salone delle Fontane, il più importante evento dedicato al variegato mondo del whisky, ai suoi appassionati, ai produttori, agli importatori, ai distributori e ai bartender. Durante la manifestazione sono stati annunciati i premiati del Concorso **Whisky e Lode** che elegge i migliori whisky del salone valutati, come di consueto, da una giuria di esperti secondo la regola del blind tasting, in tre diverse categorie: Best Scotch Whisky, Best Cask Strength, Best World Whisky.

La testata Vinodabere ha avuto la sua rappresentanza in giuria attraverso l'autore **Gianni Travaglini**.

Di seguito i premi assegnati dalla giuria.

BEST SCOTCH WHISKY

- 1) Ardnahoe Infinite Loch Islay Single Malt Scotch Whisky 50% Vol. (Fine Spirits s.r.l.)
- 2) MSWD Mac-Talia Flora Islay Single Malt Scotch Whisky 48,2% vol. (Ferro Distribuzione s.r.l.)
- 3) MSWD Mac-Talia Terra Classic Islay Single Malt 46% vol. (Ferro Distribuzione s.r.l.) ***BEST WORLD WHISKY***

***BEST WORLD WHISKY ***

- 1) Old Ezra - Ezra Brooks 7 Years - Kentucky straight bourbon Whiskey 58,5% vol. (Pallini S.p.A.)
- 2) Bonville Union Barrel Proof Straight Rye Whiskey, 7 years old, 58,3% vol. (Spirits&Colori s.r.l.)
- 3) Chonakilly 15 Year Old Single Malt 48% vol. (Spirits&Colori s.r.l.)

BEST CASK STRENGTH

- 1) Ex Aequo Annandale Man O' Sword Founders Selection #264 2016 First Fill Bourbon 61,1% vol.
 - 1) Ex Aequo Annandale Man O' Sword Founders Selection #106 2017 Oloroso Sherry Butt 60,8% vol.
- (Spirit Still s.r.l.) 2) Caol Ila 2013 Wilson&Morgan Cask Strength 10yo Bourbon Finish 59,9% vol. (Fine Spirits s.r.l.)

- 3) MSWD Mac-Talia Mara Cask Strength Single Malt Whisky 58,2% vol. (Ferro Distribuzione s.r.l.)

Oggi a partire dalle 14 andrà in scena la seconda e ultima giornata del **Roma Whisky Festival 2026**.



In questo articolo | [Fotografie Roma Whisky Festival](#), [Roma Whisky Festival 2026](#), [Roma W. Whisky e Lode](#), [Whisky e Lode 2026](#)



HORECA NEWS

THE DAILY NEWSLETTER

LA NEWSLETTER PER I PROFESSIONISTI DELL'HORECA E DEL FOODSERVICE



Beer&Food Attraction 2026. Intervista con Gabriele Rondani di Spirits&Colori

Intervista al Direttore Commerciale e
Marketing di Spirits&Colori



Formaggi DOP e IGP nei menù online dei ristoranti: l'indagine AFIDOP

Si registra una crescita dei contenuti sui
formaggi certificati del 20%

VUOI COMUNICARE UN'INIZIATIVA O UN
NUOVO PRODOTTO AI NOSTRI LETTORI?

**SCRIVI ALLA
REDAZIONE**

HorecaNews

info@horecanewsletter.com

Visualizza tutte le newsletter precedenti:

www.horecanewsletter.com

Non vuoi più ricevere questa
newsletter?

[Cancella la tua iscrizione](#)





HORECA NEWS

TUTTE LE NOTIZIE NOTIZIE E DINTORNI ▾ RESTORAZIONE ▾ OSPITALITÀ ▾ DISTRIBUZIONE ▾ DISPENSA HORECA ▾ EVENTI ▾ RUBRI

HorecaTv a Beer&Food Attraction 2026. Intervista con Gabriele Rondani di Spirits&Colori

A Beer&Food Attraction 2026 Fabio Russo intervista per Horecatv Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits&Colori

INTERVISTE VIDEO

Redazione 3 Marzo 2026 - 13:30



A Beer&Food Attraction 2026, Fabio Russo ha incontrato **Gabriele Rondani**, Direttore Commerciale e Marketing di **Spirits&Colori**, realtà nata nel 2016 come divisione di Vino & Design e specializzata nella selezione, importazione e distribuzione sul territorio nazionale di distillati.

Numerose le novità presentate in fiera. Ad aprire la rassegna è **Tequila Cofradia**, che si distingue per i suoi pack in ceramica, alcuni dei quali dipinti a mano, che rappresentano un vero omaggio all'arte messicana. Spazio poi a **Nixta**, liquore a bassa gradazione alcolica perfetto per i drink low alcohol, e alla linea **Sober Spirits**, una gamma di distillati e liquori dealcolati: prodotti a base alcolica che subiscono un processo di dealcolazione e successiva ridistillazione, ideali per la mixology perché capaci di dare corpo ai cocktail pur restando nel perimetro del no alcohol. Sulla stessa scia debutta in Italia **Hayman's Zero**, gin della storica etichetta londinese completamente analcolico.

Tra le novità spicca anche **Agavesanta**, distillato di agave arricchito con fiore di ibisco in infusione e olio essenziale di cedro, in un omaggio al legno della Madonna di Loreto celebrata dal brand. Arriva inoltre in Italia dal Perù il **Pisco Huamani**, prodotto storico distribuito nel paese di origine dal 1890.

Si riconferma infine il successo di **Tequila Rosa**, liquore in crema che combina l'aroma delle fragole con il sapore della tequila: a bassa gradazione e molto apprezzato tra i giovani, ha riscosso successo anche tra i distributori.

CLICCA SULL'IMMAGINE E SEGUI L'INTERVISTA



È possibile seguire l'intervista anche in lingua inglese, selezionando la relativa traccia audio dalle opzioni del video su Youtube.



HORECA NEWS **LO FACCIAMO** rbes

TUTTE LE NOTIZIE NOTIZIE & SPETTACOLI RISTORAZIONE HOSPITALITÀ RIFORMAZIONE RIFORMA HORECA JAVIER RUBRICHE & NOTIZIE NETWORKS COLLETTIVE

NOVITÀ

LE PRINCIPALI NOTIZIE DI OGGI

NOVITÀ

HAC Best Twitter 2025: 3 Horeca-News e a Nilsa Mario de Mattos Ghisla

NOVITÀ

OSTM

MORENO SIGEP

INTERVISTA CON VITTORIA PERCICCI Marketing Manager CAFFÈ MORENO

HorecaTv a Sigep 2025. Intervista con Vittoria Percicci di Caffè Moreno

INTERVISTA CON GABRIELE RONDANI Direttore Commerciale e Marketing SPIRITS & COLORI

HorecaTv a Beer&Food Attraction 2026. Intervista con Gabriele Rondani di Spirits&Colori

Guarda tutte le notizie

HORECA **USPI**

Notizie più lette

Newsletter

© Copyright 2016 - 2026 Felice Russo srl & P.A.N. 06352741214
Powered by **www.horeca.it**



PAGINEHORECA.IT | HORECANEWLETTER.COM | HORECATV.IT | ILFUORICASA.IT | WIKIHORECA.COM

HORECA NEWS

SCRIVICILO CHE LO FACCIAMO

reha

TUTTE LE NOTIZIE NOTIZIE E DINTORNI RISTORAZIONE OSPITALITÀ DISTRIBUZIONE DISPENSA HORECA EVENTI RUBRICHE IL NOSTRO NETWORK CONTATTI

Panificio a Jesolo: il progetto di Orlando Bortolami che ridefinisce la pizza contemporanea

Cipster torna in TV dopo dieci anni con un nuovo spot

L'Accademia Nazionale del Lievito Madre riprende il Consiglio Direttivo: Claudio Gatti confermato Presidente

Creare Opa... Direzione Operativa... DANONE

LE PRINCIPALI NOTIZIE DI OGGI

VINO E
SOSTENIBILITÀ

Fine wines, da eredità a scelta: chi sono i nuovi consumatori e come cambia la scoperta dei vini di pregio

INDAGINE E SCOPRIRE | *Angelo Pizzarello* | 2 marzo 2026 | 7 min

La realtà di Anesi Global analizza l'ingresso dei consumatori 20-40 anni nel segmento del fine wine e mette in discussione molte convinzioni del settore

stm

LA SOSTANZA DELL'ACQUA È LA CHIAVE DEL SUCCESSO

ESPANSIONE D'ACQUA TRACIM

DOMIX

WATER SYSTEMS | WATER TREATMENT | WATER PURIFICATION | WATER FILTRATION

OSCARI

BEER & FOOD & ATTRACTION

INTERVISTA CON
GABRIELE RONDANI
Direttore Commerciale e Marketing
SPIRITS & COLORI

H

HorecaTv a Beer&Food Attraction 2026. Intervista con Gabriele Rondani di Spirits&Colori

INTERVISTE VIDEO | Redazione 3 Marzo 2026 13:30

A Beer&Food Attraction 2026 Fabio Russo intervista per Horecatv Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits&Colori



INTERNATIONAL
PRESS
LIFE

Spirits & Colori festeggia il decennale dalla sua costituzione

di Carla Cavicchini | 10 Febbraio 2026 | Senza categoria

Spirits & Colori festeggia il decennale dalla sua costituzione e una crescita del +5% nel 2025, confermando il proprio percorso di sviluppo nel segmento premium a Beer & Food Attraction, a Rimini dal 15 al 17 febbraio, Pad. D - Stand 69, con alcune delle sue...



La mixology d'autore di Filippo Sisti entra in Spirits & Colori

di Carla Cavicchini | 1 Settembre 2025 | Senza categoria

La mixology d'autore di Filippo Sisti entra in Spirits & Colori: competenza e visione al servizio del canale Ho.Re.Ca. Dal 1° settembre il mixologist internazionale sarà Corporate Mixology Specialist per far vivere cocktail capaci di sorprendere, unendo...

La linea Ottoz si presenta con un nuovo restyling grafico nel catalogo Spirits & Colori

di Carla Cavicchini | 15 Giugno 2025 | Senza categoria

La tradizione alpina si rinnova: la linea Ottoz si presenta con un nuovo restyling grafico nel catalogo Spirits & Colori. Con etichette rinnovate, forme identitarie e una grafica che racconta il territorio, il brand parla ai nuovi appassionati di mixology e agli...

"Alkemica - Lo spirito delle donne": a Firenze una giornata dedicata all'universo femminile nei distillati

di Carla Cavicchini | 15 Febbraio 2026 | Senza categoria

"Alkemica - Lo spirito delle donne": a Firenze una giornata dedicata all'universo femminile nei distillati. La sensibilità femminile come chiave di lettura e di racconto del mondo degli spirits e della loro qualità fra aromi, profumi e cultura del...



Le novità di TASTE n.19 Dal salato al dolce, passando per gli spirits!

di Carla Cavicchini | 10 Febbraio 2026 | Senza categoria

Le novità di TASTE n.19 Dal salato al dolce, passando per gli spirits, ecco alcune delle aziende che partecipano per la prima volta a TASTE. Annima - Botaniche naturali dal Veronese Tre giovani amici e un blend che ha messo tutti d'accordo. È nato così il Gin...

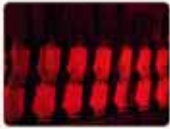


the GARNISH

PROSECCO - MILANO - AGRVOSANTA ALL'ALTROVE. UN SPAZIO PER CELEBRARE L'ORIGINALE DISTILLATO

Agavesanta all'Altrove, una serata per celebrare l'originale distillato

19 Marzo 2026 - Luca Pignatelli



Procedendo da Milano verso la zona di Novogno, passando dalla città, si arriva in una stradina storicamente adibita ad allineare capannoni, costruzioni e attività legate al mondo della meccanica, dell'auto e affini. In questo spazio ancora lasciato grezzo e industriale, dal fascino unico, si trova il locale Altrove, scelto per l'evento di celebrazione di Agavesanta durante il quale è stata offerta "un'esperienza tra mixology, arte e musica".

Abbiamo **partecipato** con molta curiosità, anche di gusto, a questa iniziativa intitolata al distillato distribuito in Italia da **Spirits & Coleri**. Agavesanta è realizzata, come indica il nome, utilizzando **100% di agave** arricchita da un infuso di ibisco e legno di cedro del Libano. Caratteristica la bottiglia a forma di Madonna, di quelle che ospitano l'acqua di Lourdes. Ci spiega Sidney Yates appena varchiamo la porta del locale bristolare: "Mia mamma usava sempre questa acqua per quando mi facevo male, quando avevo dolori, per qualsiasi cosa. La lego alla infanzia e ho voluto intitolare questo distillato proprio alla sublimazione del liquido come elemento di purificazione, di elevazione, di raggiungimento di una serenità".



Nulla da obiettare, Agavesanta non solo si fa notare per la caratteristica bottiglia in vetro trasparente o nero ma anche per il **gusto fine, elegante**, che attribuisce ai cocktail un gusto diverso e rotondo, speziato e floreale.

L'evento organizzato nello spazio Altrove di Milano ha rappresentato il concetto di mixology sia per la scelta originale dei drink, sia per la commistione tra vari elementi sensoriali: il gusto, la vista, l'udito. Una sinestesia a note calde (il rosso dominava nell'illuminazione) e nella musica coinvolgente.



I tre elementi sono stati rappresentati in modo concreto dalla collaborazione con il gruppo Carnale e inserita in un contesto artistico supportato dalla mostra fotografica firmata dal fotografo Giampaolo Sgarbi. Tre le aree: il cocktail bar, le foto a tutta parete, una sorta di speakeasy con musica e assaggi esclusivi.

Agavesanta rientra nel gruppo Holywatergin, realtà fondata proprio da **Sidney Yates**, con "l'obiettivo di sviluppare prodotti distintivi capaci di coniugare storytelling, identità e innovazione nel mondo degli spirits". L'altro protagonista della serata è stato **Oscar Quagliarini** che ha ideato la drink list composta da due cocktail signature: Santa Mule (Agavesanta, lime e ginger beer) e Like a Virgin (Agavesanta, lime e tonica al pompelmo rosa).



In entrambi i cocktail che abbiamo assaggiato, la protagonista - Agavesanta - ha espresso tutto le sue sfumature frutto di "contaminazioni culturali e ricerca sensoriale". Così sorvegliando, in particolare il "Like a Virgin", emerge la purezza dell'agave, l'identità dell'ibisco, l'avvolgente aroma del cedro del Libano. Un vero "spirit" che invita a sperimentare nella mixology.



L'esperienza è stata completata dalla presenza dei soft drink di Baladin definiti "sinonimo di qualità e innovazione nel settore". Mentre la scenografia sonora è stata affidata ai dj set di Demetra e Bianca, "capaci di creare un perfetto equilibrio tra vibrazioni contemporanee e suggestioni artistiche".

Conclude Agavesanta e Spirits & Coleri: "L'evento si configura così come un punto d'incontro tra mondi diversi - spirits, arte visiva e musica - unita da una visione comune: offrire un'esperienza sensoriale completa, sofisticata e profondamente contemporanea". È stato proprio così.



Fornelli
D'ITALIA
Le Riciclette - l'arte dell'antipasto

ISV - NOTIZIE GUSTOSE - RICETTE - VINI - COCKTAIL - IN DISPENSA - EVENTI - NEWS - RICETTE DEGLI CHEF

EVENTI

Gin District si espande negli Stati Uniti: il brand milanese presenta un rebranding e un nuovo gin in arrivo

Gin District si espande negli Stati Uniti e cambia nome al gin Brera, che diventerà B12, mentre lancia una nuova etichetta per ampliare l'offerta.

By redazione Fornelli d'Italia - Marzo 26, 2025



Dopo aver conquistato un posto significativo nel mercato italiano, **Gin District** si prepara a una nuova avventura, rivolgendo la propria attenzione agli Stati Uniti. Questa è la principale novità che segna l'evoluzione del marchio, fondato a Milano nel 2022 da quattro soci: **Marco e Luca Lantero, Cristian Vismara e Mirko Sanchini**. L'idea alla base del progetto era quella di trasformare i quartieri emblematici del capoluogo lombardo in una linea di gin dal design distintivo e dalla forte narrazione.

L'incontro con **Massimo Stronati**, attualmente dedicato allo sviluppo del brand nel mercato americano, ha avuto luogo al Ronin di Milano, in una serata caratterizzata da un cocktail a base di gin nel dehors del locale. Questo momento ha rappresentato un'opportunità per discutere delle prospettive future di **Gin District**.

La forza del marchio non si basa solo su un'immagine evocativa legata alla città, ma anche su una solida costruzione tecnica. I prodotti sono realizzati come **compound gin**, sviluppati a partire da ricette proprietarie e prodotti in una distilleria del torinese, che collabora con il team per la lavorazione delle botaniche e per la creazione delle diverse referenze.

Oltre all'espansione negli Stati Uniti, **Gin District** è in procinto di affrontare due cambiamenti significativi: il primo riguarda il cambio di nome del gin **Brera**, che diventerà **B12** a seguito di questioni legate al marchio. Il secondo è il lancio di una nuova etichetta dal profilo più fresco, destinata ad ampliare l'offerta. Questi sviluppi riflettono la volontà del brand di consolidare la propria identità e di affrontare una crescita strutturata.

La nascita di Gin District

Gin District è un progetto che ha preso forma circa due anni e mezzo fa, frutto della passione condivisa di un gruppo di amici per il gin e del desiderio di creare un marchio con una propria identità. **Marco Lantero**, uno dei fondatori, ha spiegato che insieme a suo fratello **Luca**, **Cristian Vismara** e **Mirko Sanchini**, hanno deciso di trasformare questa passione in un brand riconoscibile.

La scelta di legare il progetto a Milano non è stata casuale. **Marco** ha sottolineato che la città rappresentava perfettamente i valori del marchio. L'idea era di costruire uno **storytelling** forte e immediatamente riconoscibile, utilizzando i quartieri milanesi come chiave narrativa. Ogni zona ha il proprio carattere, estetica e atmosfera, da cui è emersa l'idea di trasformarli in gin.

Il design come elemento distintivo

Il **design** gioca un ruolo cruciale nella costruzione del marchio **Gin District**. **Marco** ha affermato che la bottiglia non è solo un contenitore, ma un elemento essenziale del racconto. La cura per l'eleganza, la forma e i dettagli, come i tappi in legno, sono stati attentamente considerati per comunicare un'immagine di alta qualità e attenzione al mercato.

Le referenze principali della gamma includono **Montenapoleone**, **Isola** e **Brera**, quest'ultimo destinato a cambiare nome in **B12**. Inoltre, il marchio offre anche **Academia**, una limited edition di **cask gin** affinato in barrique per tre mesi, con una produzione limitata a mille bottiglie.

Il cambiamento di nome di Brera

Il cambio di nome del gin **Brera** è stato necessario a causa di una registrazione preesistente legata al nome. **Marco** ha spiegato che, nel rispetto dei principi di correttezza e trasparenza, hanno deciso di evolvere il naming. A partire dalla prossima produzione, il gin sarà noto come **B12**.

Insieme a questo cambiamento, il marchio presenterà anche un nuovo gin con un profilo più fresco, previsto per il lancio a maggio. **Marco** ha anticipato che si tratta di un'evoluzione naturale del progetto, senza però rivelare ulteriori dettagli.

Produzione e distribuzione

La produzione di **Gin District** è caratterizzata dalla scelta di realizzare esclusivamente **compound gin**. La collaborazione con una distilleria del torinese consente di mantenere un controllo rigoroso sul profilo aromatico desiderato. La produzione avviene in lotti da 3.000 bottiglie, garantendo così una qualità costante.

La distribuzione in Italia ha preso avvio con **Spirits e Colori**, che oggi gestisce l'esclusiva sul territorio nazionale. Questo passaggio è stato fondamentale per la crescita del brand e per il posizionamento nei locali di prestigio.

Espansione negli Stati Uniti

Per quanto riguarda l'export negli Stati Uniti, **Marco** ha confermato che i primi bancali sono già stati spediti e che il prodotto sarà disponibile sul mercato americano a breve. Lavorando con un importatore locale e con **Massimo Stronati**, il brand si prepara a entrare in un nuovo e promettente mercato, ampliando ulteriormente la propria visibilità e presenza internazionale.



HORECA NEWS

TUTTE LE NOTIZIE NOTIZIE E DINTORNI RISTORAZIONE OSPITALITÀ DISTRIBUZIONE DISPENSA HORECA EVENTI BUREAU

Gin District punta sugli Stati Uniti: il brand milanese rilancia tra rebranding e un nuovo gin in arrivo

In occasione di una guest di Massimo Stronati al Ronin di Milano, Nicole Cavazzuti ha intervistato uno dei padri di Gin District.

BAR & WINE

Nicole Cavazzuti 25 Marzo 2025 - 14:55



BAR & WINE - Dopo essersi ritagliato uno spazio nel mercato italiano, **Gin District** apre una nuova fase del proprio percorso e guarda agli Stati Uniti. È questa la novità principale che segna l'evoluzione del brand nato a Milano nel 2022 dall'iniziativa di quattro soci — **Marco e Luca Lantero, Cristian Vismara e Mirko Sanchini** — con l'idea di trasformare i quartieri simbolo del capoluogo lombardo in una linea di gin dallo stile riconoscibile e dal forte impianto narrativo.

L'incontro avviene al Ronin di Milano, in occasione di una guest di Massimo Stronati, oggi impegnato nello sviluppo del brand sul mercato americano. L'intervista si svolge con un drink in mano — naturalmente a base gin — nel dehors del Ronin.

A sostenere **Gin District** non c'è soltanto un immaginario legato alla città, ma anche una costruzione tecnica precisa: i prodotti sono infatti realizzati come compound gin, sviluppati a partire da ricette proprietarie e affidati a una distilleria del torinese, che segue le indicazioni dei team nella lavorazione delle botaniche e nella messa a punto delle diverse referenze.

Accanto all'espansione oltreoceano, il marchio si prepara inoltre a due novità rilevanti: il cambio di nome del gin Brera, che diventa B12 in seguito a una vicenda legata al marchio, e il lancio di una nuova etichetta dal profilo più fresco, destinata ad ampliare la gamma. Tre passaggi che fotografano bene il momento attuale di Gin District: un brand giovane, ma già deciso a consolidare la propria identità e a misurarsi con una crescita più strutturata.



Intervista

Come nasce Gin District?

«Gin District nasce circa due anni e mezzo fa. È un progetto partito tra amici, da una passione comune per il gin e dalla voglia di costruire qualcosa che avesse una nostra identità precisa. Con me ci sono mio fratello Luca, Cristian Vismara e Mirko Sanchini. A un certo punto abbiamo deciso di trasformare questa passione in un brand vero e proprio».

Perché avete scelto di legare il progetto proprio a Milano?

«Perché Milano ci rappresentava perfettamente. Volevamo un brand che avesse uno storytelling forte e immediatamente riconoscibile. I quartieri della città ci hanno dato una chiave narrativa naturale: ognuno ha un carattere diverso, un'estetica, un'atmosfera. Da lì è nata l'idea di trasformarli in gin».

Quanto conta il design nella costruzione del marchio?

«Conta tantissimo. Per noi la bottiglia non è soltanto un contenitore, ma una parte integrante del racconto. Abbiamo lavorato molto sull'eleganza dell'insieme, sulla forma, sui dettagli, persino sui tappi in legno. Volevamo che il prodotto comunicasse fin da subito una fascia alta, una certa cura, un preciso modo di stare sul mercato».

Quali sono oggi i gin che compongono la gamma?

«Le referenze principali sono Monteneapoleone, Isola e Brera, che però a breve cambierà nome. Accanto a queste abbiamo anche *Academia*, una limited edition: un caskin gin affinato tre mesi in barrique, prodotta in mille bottiglie».



Perché Brera cambia nome? Cosa è successo?

«Abbiamo riscontrato l'esistenza di una registrazione precedente legata al nome Brera. Come è giusto che sia, e nel rispetto dei principi di correttezza e trasparenza che guidano il nostro lavoro, abbiamo quindi scelto di evolvere il naming. Dalla prossima produzione, Brera diventerà B12».

Il cambio di nome sarà accompagnato anche da una novità di gamma?

«Sì. A maggio lanceremo anche un nuovo gin, con un profilo più fresco. È un'evoluzione naturale del progetto. Ma non posso dire di più».

Entriamo nel merito della produzione: che tipo di gin realizzate?

«I nostri sono tutti compound gin. Abbiamo selezionato una distilleria nel torinese alla quale affidiamo la produzione partendo dalle ricette che sviluppiamo noi. È una collaborazione importante perché ci consente di mantenere un controllo preciso sul profilo aromatico che vogliamo ottenere. In genere produciamo lotti da 3.000 bottiglie per volta».

Non basta il packaging...

«Assolutamente no. Il racconto visivo e territoriale è importante, ma senza qualità del prodotto non avrebbe senso. Fin dall'inizio volevamo un gin costruito bene, curato, coerente con un posizionamento premium».



Come si è sviluppata la distribuzione in Italia?

«Dopo i primi mesi siamo entrati in distribuzione con Spiriti e Colori, che oggi ti segue in esclusiva sul territorio italiano. È stato un passaggio fondamentale per la crescita del brand e per il posizionamento nei locali giusti».

Parliamo dell'export negli Stati Uniti. A che punto siete?

«I primi bancali sono già partiti e contiamo di avere il prodotto disponibile negli Stati Uniti in tempi brevi. Lavoriamo con un importatore locale e con Massimo Stronati, che supporterà lo sviluppo del brand sul mercato americano».



BORDERLINE Srl

| Via Parisio, 16
| 40137 Bologna (IT)
| T. +39.051.4450204
| borderline@borderlineagency.com
| www.borderlineagency.com
| C.F. e P.I.: 03215951207