

RASSEGNA STAMPA

TERZO TRIMESTRE 2026



30 settembre 2026



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

INDICE



COMUNICATI STAMPA REALIZZATI	3
-------------------------------------	----------

LUGLIO 2026	
--------------------	--

- Uscite editoriali - Carta stampata	5
--------------------------------------	----------

AGOSTO 2026	
--------------------	--

- Testate online	8
------------------	----------

SETTEMBRE 2026	
-----------------------	--

- Uscite editoriali - Carta stampata	14
- Testate online	16
- Article marketing	33



COMUNICATI STAMPA REALIZZATI

3° trimestre 2026



COMUNICATO STAMPA

LA NOTIZIA IN BREVE

Spirits & Colori punta su innovazione e formazione al Roma Bar Show, in programma alla Nuvola di Roma il 14 e 15 settembre, con un programma che riflette le principali direttrici della propria strategia: innovazione del portafoglio, formazione e nuove occasioni di consumo. Al centro dello stand Hayman's Gin, con la finale della Hayman's Competition, e la mixology di Filippo Sisti, che presenterà cocktail e applicazioni dei distillati dedicati al mondo della miscelazione. Focus anche sui brown spirits, sulle novità come Holywater Gold Edition e sul segmento alcohol-free con Sober Spirits. A confermare il peso crescente dell'innovazione è il dato 2026: il 45% del fatturato di Spirits & Colori proviene da brand lanciati negli ultimi due anni, con una crescita complessiva del 2,5%. L'azienda, che forma oltre 140 agenti in tutta Italia, guarda ai prossimi anni rafforzando struttura commerciale e competenze, con una selezione sempre più focalizzata su brand premium e distintivi. Confermata invece la scelta di non puntare sulla GDO e su una competizione basata esclusivamente su prezzo e grandi volumi.

SPIRITS & COLORI GUARDA OLTRE IL BANCO: INNOVAZIONE, FORMAZIONE E NUOVI CONSUMI AL ROMA BAR SHOW

Alla Nuvola di Roma, dal 14 al 15 settembre, un portafoglio sempre più orientato alle nuove occasioni di consumo. Al centro Hayman's Gin Competition, la mixology firmata Filippo Sisti, i brown spirits e le proposte alcohol-free

Il mercato degli spirits sta cambiando e, con esso, cambiano anche le esigenze del bar. Per Spirits & Colori il prossimo Roma Bar Show, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre, rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto un portafoglio di prodotti, ma una precisa idea di distribuzione: selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasformarli in nuove opportunità di consumo. Il cambio di sede e di calendario della manifestazione, spostata a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, permette inoltre a Spirits & Colori di presentarsi con un programma più articolato.



Tra gli appuntamenti più significativi ci sarà la **finale della Hayman's Competition**, ospitata direttamente allo stand dell'azienda, insieme alle attività dedicate alla mixology. Protagonista dell'area bar sarà **Filippo Sisti, Mixology Expert di Spirits & Colori** che presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'azienda porta avanti con i propri clienti. L'obiettivo è mostrare concretamente come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità, offrendo ai bartender strumenti per costruire proposte nuove.

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro" - spiega **Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori** - perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

Un indicatore concreto del cambiamento arriva dai risultati della prima parte del 2026. Il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni, con una crescita complessiva dell'azienda del +2,5%. Un dato che evidenzia quanto l'innovazione del portafoglio stia assumendo un peso crescente, non solo per la solidità dei marchi storici, ma anche per la capacità di individuare nuove proposte e costruire intorno a esse occasioni di consumo. In questo processo un ruolo centrale è svolto dalla formazione. Grazie al lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, Spirits & Colori forma oggi oltre 140 agenti in tutta Italia, per trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore.

Al Roma Bar Show Spirits & Colori dedicherà inoltre attenzione ai **brown spirits**, segmento particolarmente interessante in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinamento in botte.



COMUNICATO STAMPA

Spirits & Colori concentra maggiormente l'attenzione al Roma Bar Show c'è **Hayman's Gin**, distilleria a che affonda le proprie radici nell'Ottocento e che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione britannica. È proprio il rapporto tra storia e innovazione a rendere Hayman's particolarmente filosofia di Spirits & Colori. Accanto ai London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a pretazioni, dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free. "Hayman's lo che cerchiamo in un brand - sottolinea Gabriele Rondani - una storia importante e la capacità di È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto into di arrivo". La finale della **Hayman's Competition**, in programma allo stand Spirits & Colori G01 quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.

Io sarà oggetto di una selezione sempre più attenta. L'obiettivo non è aumentare indiscriminatamente ze, ma concentrarsi su brand premium, distintivi e coerenti con il posizionamento dell'azienda. "La qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli". Una scelta che comprende anche una rinuncia precisa: **Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi**. Una direzione coerente con la volontà di **mantenere il focus sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti**.

A proposito di **focus**, i banchi di assaggio presidiati dai produttori offriranno un percorso attraverso alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits, tra nuove referenze, interpretazioni contemporanee e prodotti capaci di intercettare l'evoluzione dei gusti e delle occasioni di consumo, spaziando dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove proposte analcoliche. Tra le novità in evidenza ci sarà **Gin District**, con **Navigli**, una nuova proposta che punta sulle note agrumate per costruire un profilo fresco e contemporaneo. Sul fronte tequila sarà invece protagonista **La Cofradia**, mentre **Hayman's Gin** presenterà **London Zero**, gin a 0% di alcol che si inserisce nel crescente segmento delle alternative alcohol free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica. Il rum sarà rappresentato da realtà di riferimento come **Worthy Park** e **Labourdonnais Rhum**, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Accanto a loro, **Tequila Rose** e **Five Farms** contribuiranno ad ampliare il panorama delle proposte dedicate a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla ricerca sulle botaniche e sulla costruzione aromatica. È il caso di **Opificio Alkemico**, che presenterà **Ginger Roots** e **Pimento**, nuova referenza della linea Alkemil. Un prodotto dal carattere deciso e avvolgente, nel quale la forza pungente dello zenzero fresco si combina con le note speziate, calde e persistenti del pimento, dando vita a un profilo aromatico intenso e riconoscibile. Il percorso proseguirà nel mondo del whiskey americano con **Rossville Rye** e **Remus Bourbon**, mentre dal Messico arriveranno **Nixta** e **Abasolo**, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese. A completare la panoramica internazionale sarà **Huamani Pisco**, espressione della tradizione sudamericana. Non mancherà infine una rappresentanza del gin italiano con **Vesuvius Magma Gin**, mentre uno spazio specifico sarà dedicato alla **dealcolazione** e delle **bevande senza alcol** con **Sober Spirits**. Tra le proposte presentate figurano il **Champagne Corentine Breton** e "Dr. Lo" di **Dr. Loosen**, innovativo bianco della Mosella che interpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, con una proposta pensata per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico. A completare l'esperienza saranno due



aree di degustazione dedicate a **rum e whisky**, pensate per approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni e offrire agli operatori l'opportunità di confrontarsi direttamente con stili, origini e interpretazioni differenti. Non mancheranno le novità presenti anche in altri stand della manifestazione. Tra queste, **Holywater Gin Gold Limited Edition**: la bottiglia dipinta d'oro racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata (edibile) e il classico gin Holywater.

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 acclata qualità a livello mondiale, capaci di stupire i palati più esigenti con i propri distillati.
Spirits&Colori Srl - Via del Chiosso, 14 - 42122 Reggio Emilia - www.spiritscolori.it



UFFICIO STAMPA
COMMUNICATION & P.R. - T. +39 059 4460204 - F. +39 059 6233795 - pressoffice@borderlineagency.com
- M. BARBONI - N. +39 346 6972548 - m.baroni@borderlineagency.com



USCITE EDITORIALI CARTA STAMPATA

Luglio 2026

FOOD SERVICE

SPIRITS & COLORI



L'azienda si avvale di collaborazioni di rilievo con specialisti esterni di rum e whisky

La strategia di crescita nel segmento dei distillati di pregio impone una continua capacità di rinnovamento e uno scouting internazionale mirato. **Spirits & Colori** ha impostato il proprio modello operativo su questa flessibilità, registrando una profonda evoluzione del proprio portfolio. "Il mercato richiede novità coerenti e storie autentiche: ben il 40% del nostro fatturato 2025 è stato espresso da brand che abbiamo inserito di recente in catalogo – illustra il

Commercial & marketing director, Gabriele Rondani -. Appliciamo un turnover strategico delle marche, selezionando brand che possano essere reali identificatori del territorio e che esprimano un potenziale di vendita rilevante. Se da un lato abbiamo coperto il trend del gin valorizzando la territorialità regionale e cittadina, dall'altro la nostra tendenza si rivolge a produzioni premium e di nicchia non ancora valorizzate sul mercato italiano, che includono rarità come la più

antica distilleria in Giamaica o la più antica a Marie-Galante".

La società, nata a Reggio Emilia dall'intuizione dell'imprenditore olandese Dick ten Voorde, presidia il mercato nazionale attraverso una struttura commerciale profondamente radicata. "La nostra forza vendita conta 140 agenti dislocati sul territorio nazionale, con una numerica molto densa nelle principali città – spiega Gabriele Rondani -. L'Italia è suddivisa in agenzie a livello provinciale, coordinate da quattro macro area manager che sovrintendono rispettivamente al Centro-Sud, al Centro-Nord-Est, al Nord-Ovest e alla Sicilia per il comparto vino. Questo network ci permette di servire in modo capillare il canale Horeca, le enoteche, i cash&carry, i grossisti e i punti di distribuzione marginali, attraverso un portafoglio di prodotti in totale esclusiva". L'efficienza operativa della società poggia su un modello di gestione della supply chain strutturato per ottimizzare i flussi d'importazione e la velocità di evasione degli ordini verso i clienti professionali. La gestione dei magazzini e delle procedure doganali è stata affidata a un partner specialistico esterno. "Per l'ultimo miglio – prosegue Rondani – ci affidiamo a diversi corrieri nazionali, prediligendo quasi esclusivamente Arco Spedizioni per l'elevata affidabilità nel garantire la precisione della consegna". Sul fronte del supporto al trade, **Spirits & Colori** si focalizza sullo scouting estero, sulla presenza con stand dedicati nei principali saloni b2b italiani, dove il comparto del whisky esprime storicamente una grande forza, e su un fitto calendario di masterclass gratuite erogate presso i locali dei clienti. "La formazione è un nostro pilastro e copre tutto lo scibile dei distillati base, dal pisco alla tequila – prosegue



Gabriele Rondani
Commercial & marketing director

il direttore commerciale -. Ci avvaliamo della nostra rete di area manager, della mia presenza e di figure di spicco della mixology come Filippo Sisti, ex bar manager di Carlo e Camilla in Segheria, che cura la creazione di cocktail e pairing per i ristoranti durante masterclass pomeridiane seguite da guest shift serali dedicate al pubblico. Collaboriamo inoltre con specialisti esterni di grandissimo rilievo, come Anna Ostrowsky per il rum e Claudio Riva per il mondo del whisky". Le linee strategiche future dell'azienda integrano la digitalizzazione dei flussi commerciali con una forte sensibilità verso la responsabilità etica e ambientale, interpretando entrambi i fattori come strumenti di divulgazione culturale per i professionisti e per le nuove generazioni di consumatori. "Sul fronte della sostenibilità – conclude Rondani – valorizziamo distillerie indipendenti e produzioni di qualità che adottano pratiche sostenibili: a Marie-Galante la canna da zucchero viene ancora trasportata con i buoi e il nostro principale brand di gin, Hayman's, è certificato B Corp. Cerchiamo di far conoscere sempre questi aspetti che, per quanto non ancora fondamentali per il consumatore di massa, sono progressivamente più importanti per i giovani". **C.M.**

www.spiritsecolori.it

CARTA D'IDENTITÀ

Fatturato 2025	3,8 milioni di euro
Area geografica di attività	Italia
Numero referenze	720
Numero clienti serviti	9.200
Categorie merceologiche	Spirits, Vermouth
Organigramma	Dick ten Voorde Fondatore e amministratore Gabriele Rondani Commercial & marketing director



Percezioni liquide

8



8. TERROIR VOLCANIQUE

Macouba è un terroir di primissimo ordine per la produzione di Rhum Agricole. Si trova nella parte nord-est dell'isola della Martinica. Qui sorge l'universo J.M. Perché parliamo di universo? Perché tutto quello che serve per la produzione degli spiriti di questo storico marchio si trova ai piedi del Mont Pelée. Non solo terreni fertillissimi, ma anche lo stabilimento di trasformazione della canna da zucchero del marchio e pure i campi, che si estendono per ben 300 ettari, da cui la distilleria ricava le canne da zucchero per estrarre quel succo, si trovano tutti quanti nello stesso luogo. Uno dei caratteri che rende speciale il nuovo rum prodotto da J.M., chiamato Terroir Volcanique ha dunque a che vedere con il terroir di provenienza della materia prima, e non poteva essere altrimenti. Si tratta di quei suoli di origine vulcanica che ospitano le piante di canna da zucchero e che in qualche maniera contribuiscono a determinarne la complessità aromatica e gustativa, messa in luce durante il processo produttivo. Con la nuova etichetta di J.M. chiamata Terroir Volcanique si celebra proprio questo terroir, grazie a un Rhum affinato per tre anni in botti di rovere americano. Compagnano in fase olfattiva le spezie dolci (vaniglia e la noce moscata), insieme a quelle più fruttate. In fase di assaggio questo Rhum è ricco, rotondo e cremoso. J.M. Rhum Vieux Terroir Volcanique, sagna.it

9



9. VODKA DI BORGOGNA

Pegasus Vodka è l'espressione di una nuova generazione di distillati premium francesi. Trattandosi di un prodotto transalpino non poteva in qualche maniera non avere a che fare con il vino. La distilleria che produce Pegasus si trova a Meursault, nel cuore della Borgogna. La Vodka più borgognona che c'è nasce tuttavia non dall'uva, ma da grano e orzo selezionati localmente, cui si aggiunge acqua purissima prelevata addirittura a 150 metri di profondità da una sorgente che si trova proprio sotto la distilleria. La distillazione è lenta permettendo perciò al prodotto finale di mostrare sensazioni complesse, delicate e insieme rotonde. Pegasus Vodka, velier.it

10. DA BOTTI INEDITE

Foursquare Penultimus segna un nuovo capitolo nella celebre Exceptional Cask Selection, gamma prodotta dalla distilleria Foursquare delle Barbados. Questo nuovo Rum Single Blended da 57% vol. si distingue per un inedito utilizzo di botti ex Moscatel spagnolo, impiegate per la prima volta nel percorso di affinamento dello spirito. Il blend che dà vita a questa etichetta nasce dall'unione di Rum distillati sia in alambicchi pot still sia in colonne continue, successivamente affinati fino a 15 anni sia in botti ex Bourbon sia in barili in ex Moscatel. Imbottigliato senza filtrazione a freddo, senza zuccheri aggiunti questo spirito offre profumi complessi e morbidi di cioccolato fondente, spezie, datteri e cocco, accompagnati da più frizzanti toni agrumati. Al palato è morbido, intenso e di eccellente persistenza post assaggio. Foursquare Rum Penultimus, ghilardi-selezioni.com



10

11. TEQUILA IN CERAMICA

Ceramica e non vetro. Normale che la bottiglia che ospita il distillato di casa La Cofradia sia di questo materiale, in quanto uno degli elementi distintivi del marchio è legato proprio alla produzione interna di ceramiche artistiche. Da decenni nel laboratorio Arte en Fuego si producono e si decorano a mano le bottiglie destinate a ospitare tequila (solo 100% Agave Azul) a marchio La Cofradia. E così Gran Cofradia rappresenta il segmento super premium della distilleria. Qui l'accento è posto su affinamenti più curati e su una maggiore complessità aromatica che passa dalla scrupolosa selezione delle botti, dalla durata dell'invecchiamento e dal controllo delle partite, che rendono questa linea adatta a degustazioni verticali e contesti di alta ristorazione. La versione Reposado è affinata in botti ex Cognac per circa cinque mesi. La Cofradia Tequila Gran Cofradia Reposado, spiritosecolori.it



11



TESTATE ONLINE

Agosto 2026

24 Food Economia del cibo

Servizio Alcolici

Spirits, i distributori: il cambio dei consumi colpisce le quantità vendute, ma ci sono segnali positivi

I conti e il sentiment degli operatori davanti a un mercato molto frastagliato, con il primo semestre che comunque dà segnali di ripresa rispetto al calo del 2025, causato anche dai timori delle nuove sanzioni del Codice della Strada

di Giambattista Marchetto
7 agosto 2026



▲ Una selezione di spirits distribuiti da Rinaldi

I punti chiave

- Si punta su nuovi brand premium
- Un mercato polarizzato, perde la fascia media
- Il nodo resta nell'evoluzione del fuori casa
- Un 2026 da consolidare e il no alcol



Ascolta la versione audio dell'articolo

6' di lettura | English Version

Il 2025 si è chiuso (come prevedibile) con un **saldo in chiaroscuro per il mercato italiano degli spirits**. È in atto una riconfigurazione profonda dei consumi: i volumi cedono terreno, la **qualità avanza**, il **canale fuoricasa mostra segnali di affaticamento**, il consumatore ridisegna le proprie priorità. È questo lo spaccato che emerge da numeri e riflessioni di **alcuni dei distributori indipendenti italiani** che, pur partendo da risultati diversi, convergono sulla stessa lettura dello scenario. Eppure – a fronte di un inizio 2025 appesantito anche dalle modifiche alle sanzioni previste dal Codice della strada per la guida in stato di ebbrezza – il primo semestre 2026 sembra dare più respiro del previsto.

I risultati di chiusura 2025 divergono da operatore a operatore, in parte legati alle scelte di portafoglio. L'avvio del 2026 anche, ma piuttosto in positivo.

Si punta su nuovi brand premium

Così **Rinaldi** - casa bolognese con un fatturato superiore ai 22 milioni di euro - registrava un calo inferiore al 3% a fine 2025, ma nel primo semestre 2026 sta tenendo con gli spirits, mentre cresce con i vini (in particolare gli Champagne). All'interno della categoria spirits le performance sono disomogenee: **rum e whisky di fascia media accusano una flessione**, mentre **agave, gin, vodka mostrano trend positivi**. «I brand più tradizionali si trovano in maggiore difficoltà», osserva la direttrice marketing **Valentina Ursic**, mentre le **nicchie di categoria più moderne stanno performando bene**.

Con oltre 3 milioni di euro di fatturato ad alta gradazione (sui 13 milioni del gruppo a prevalenza vino), **Spirits & Colori** chiude a +5,2% e **Gabriele Rondani**, direttore commerciale e marketing, spiega che «**circa il 40% del fatturato 2025 deriva da brand lanciati negli ultimi due anni**, e questo ci ha permesso di chiudere l'anno in crescita nonostante il contesto». Il primo semestre 2026 vede un rimbalzo tendenziale (l'inizio 2025 scontava l'effetto del nuovo Codice della strada), anche se **l'arrivo del caldo non ha aiutato**: «La stagione turistica è partita in ritardo, soprattutto nelle località balneari del Sud - spiega Rondani - e le temperature elevate hanno favorito il consumo di soft drink o a basso contenuto alcolico». La lieve crescita registrata finora rischia però l'impatto dei costi legati alle tensioni in Medio Oriente.

Anche **Mavolo** segnava un **+5% a fine 2025, attribuito in larga misura alla linea Anthology**, progetto dedicato alla selezione e distribuzione in esclusiva di **brand premium**. «È un risultato che consideriamo particolarmente significativo - chiosa la marketing manager **Chiara Pignini** - perché arriva in un contesto di mercato non semplice, che vede i consumi più selettivi e un cliente finale molto più attento alla spesa». Una tendenza confermata dal primo semestre 2026.

La genovese **Velier** aveva archiviato il 2025 con una flessione del 6%, ma il dato va letto nel contesto. «I primi tre mesi sono stati pesanti, con le modifiche al Codice della strada che hanno bloccato tutto», avverte il ceo **Luca Gargano**, individuando un secondo fattore nelle dinamiche del mercato parallelo su alcuni marchi chiave come **Hendrick's** e **Fever Tree**. Il rimbalzo successivo è già visibile, infatti «**se guardiamo la prima metà del 2026 siamo a +7%**».

Compagnia dei Caraibi, società quotata in borsa, riporta un fatturato 2025 di 36 milioni di euro rispetto ai 56 dell'anno precedente. Il general manager **Fabio Torretta** chiarisce subito: «La differenza è da ricercarsi principalmente nell'uscita dal perimetro di due brand che avevano un peso rilevante all'interno del portfolio», piuttosto che nella contrazione del mercato di riferimento. Per il 2026, il primo semestre si assesta su ricavi consolidati tra 12,7 e 13,7 milioni (in flessione del 35/39,8%) con un avvio «**leggermente rallentato, anche in relazione al contesto geopolitico generale**».

Un mercato polarizzato, perde la fascia media

Il filo rosso che lega lo scenario è la polarizzazione. **Il prodotto medio perde terreno su tutti i fronti; la fascia alta e le nicchie con identità forte tengono o crescono**.

Luca Gargano colloca questo fenomeno in una prospettiva storica, dato che «sicuramente con l'euforia post-Covid c'è stato un momento un po' sovradimensionato rispetto al passato». Rispetto al calo dei consumi, il patron di **Velier** non si dice pienamente d'accordo. «I prodotti originali e autentici, con veri contenuti naturali, non vedono questo calo. Si beve meno, ma meglio. E oltre all'autenticità, a guidare le scelte del consumatore più consapevole c'è anche la salubrità».

Anche secondo **Gabriele Rondani** «è un mercato che ha perso un po' di slancio nei volumi, ma non è in crisi strutturale. Piuttosto sta cambiando pelle: meno consumo impulsivo, più selezione e maggiore attenzione al valore». **Chiara Pignini** aggiunge la prospettiva del distributore specializzato: «il consumatore esce meno spesso e sceglie con maggiore attenzione, premiando proposte chiare e ben posizionate».

In effetti, **Fabio Torretta** rimarca come «il nodo non è tanto la capacità di spesa, che non risulta significativamente intaccata, quanto la propensione alla spesa. In questo contesto è più difficile il posizionamento di brand non ancora consolidati, dato che il consumatore tende a orientarsi verso marchi riconosciuti con minore propensione all'esplorazione».

Nel segmento premium e lusso, la musica sembra armonizzata. «**Cognac, rum, whisky di vecchie annate o prodotti di grande prestigio risultano più facili da vendere** - osserva Ursic di Rinaldi - e anche per le categorie in ascesa non emergono l'agave o il gin in quanto tali, ma marchi selezionati con identità precisa». E infatti Gargano snocciola i numeri di **Velier**: nel 2025 **Macallan** era a +36% e **Hampden** a +79% (+2 e +35% finora nel 2026) «e abbiamo incrementato anche nel blended whisky e nel brandy, che vanno bene. È la fascia intermedia a soffrire».

Rondani avverte infatti che il segmento si è ristretto e qualificato: «Il consumatore disposto a spendere c'è ancora, ma è più informato e meno disposto a seguire mode. Le nicchie funzionano quando hanno **autenticità, storytelling** credibile e coerenza nel tempo. Oggi vince **non tanto il "premium" quanto il giusto premium**».

Si tratta allora di spingere sulla ricerca continua di innovazione nei brand, «per questo abbiamo un portafoglio composto per il 90% da piccoli produttori», rilancia Torretta. Inoltre Compagnia dei Caraibi a partire dal 2026 «ha scelto di dedicare risorse mirate al canale hotellerie e alle enoteche con posizionamento elevato e clientela selezionata».

Il nodo resta nell'evoluzione del fuori casa

Il canale fuoricasa è il punto di pressione più evidente e il più ricco di sfumature. «Se la propensione di consumo per i prodotti premium si collocava intorno ai 40 euro – afferma Torretta – oggi nel segmento premium si concentra nella fascia dei 30 euro. Se in passato la propensione per un cocktail premium poteva arrivare fino ai 15 euro, oggi si posiziona idealmente intorno ai 10 euro». Una tendenza che il manager di Compagnia dei Caraibi giudica ormai strutturale, perché **«l'effetto del calo del potere d'acquisto ha lasciato un segno evidente. È verosimile che occorreranno ancora diversi anni prima di poter osservare un recupero significativo»**.

Gargano individua nell'horeca alcune criticità strutturali: la **difficoltà di trovare personale capace di proporre qualità, i costi crescenti, il ricarico eccessivo che scoraggia il consumo**. Eppure «si possono trovare accorgimenti che portano piacere e non perdite, ma la fedeltà del cliente si costruisce sulla coerenza. Ci sono ristoranti sempre pieni perché mantengono le promesse». E infatti **«l'horeca funziona quando c'è una proposta chiara e riconoscibile** – gli fa eco Rondani – perché non è più possibile trasferire automaticamente gli aumenti: tutta la filiera è chiamata a trovare un equilibrio tra marginalità e sostenibilità del prezzo al consumatore finale».

Un 2026 da consolidare e il no alcol

Qual è dunque l'orizzonte a breve per i distributori italiani di spirits? «Il 2025 ha visto una battuta d'arresto, ma i primi mesi del 2026 lasciano ben pensare: **4 consumatori su 10 tengono al benessere psico-fisico che passa anche attraverso la socializzazione**. – osservano da Rinaldi – La maggior parte delle categorie sta migliorando il trend di vendite. Lato consumer, escono di più **gli over 60, sempre più selettivi**. Infine, nei momenti sfidanti, dove i margini si assottigliano, i distributori che seguono con coerenza e coraggio il proprio percorso vengono ripagati: a breve ci saranno importanti novità».

Anche Spirits & Colori è ottimista e si aspetta **«un anno di progressivo consolidamento**, con una crescita guidata più dalla qualità del consumo che dai volumi. Essere specialisti spirits è una scelta che sta pagando».

Mavolo manifesta prudenza, ma «non immaginiamo una corsa indiscriminata ai volumi, quanto un mercato in cui faranno la differenza la qualità del portafoglio, la capacità di leggere i consumi e la velocità di esecuzione». E infatti Compagnia dei Caraibi segnala come risposta **nuovi ingressi in portafoglio nel segmento no/low alcol**, «per intercettare consumatori differenti e ampliare progressivamente il mercato, evitando una posizione statica». Gargano chiude con una certezza: «chi vuole star bene vuole una qualità che valga la pena. La fascia alta non risente del calo generale». Come dire che il mercato non sta crollando, ma cambiando pelle e diventando più selettivo.

Notizie
 Locali

Mondo

Politica

Finanza

Società

Salute

Home » Spirits, i distributori: il cambio dei consumi colpisce le quantità vendute, ma ci sono segnali positivi

SOCIETÀ

Spirits, i distributori: il cambio dei consumi colpisce le quantità vendute, ma ci sono segnali positivi

BY SALA NOTIZIE - 7 AGOSTO 2026 3 MINS READ

Il 2025 si è chiuso (come prevedibile) con un saldo in chiaroscuro per il mercato italiano degli spirits. È in atto una riconfigurazione profonda dei consumi: i volumi cedono terreno, **la qualità avanza, il canale fuoricasa mostra segnali di affaticamento**, il consumatore ridisegna le proprie priorità. È questo lo spaccato che emerge da numeri e riflessioni di **alcuni dei distributori indipendenti italiani** che, pur partendo da risultati diversi, convergono sulla stessa lettura dello scenario. Eppure – a fronte di un inizio 2025 appesantito anche dalle modifiche alle sanzioni previste dal Codice della strada per la guida in stato di ebbrezza – il primo semestre 2026 sembra dare più respiro del previsto.

Domande di approfondimento generate da 24Ore AI

I risultati di chiusura 2025 divergono da operatore a operatore, in parte legati alle scelte di portafoglio. L'avvio del 2026 anche, ma piuttosto in positivo.

Si punta su nuovi brand premium

Così **Rinaldi** – casa bolognese con un fatturato superiore ai 22 milioni di euro – registrava un calo inferiore al 3% a fine 2025, ma nel primo semestre 2026 sta tenendo con gli spirits, mentre cresce con i vini (in particolare gli Champagne). All'interno della categoria spirits le performance sono disomogenee: **rum e whisky di fascia media accusano una flessione, mentre agave, gin, vodka mostrano trend positivi**. «I brand più tradizionali si trovano in maggiore difficoltà», osserva la direttrice marketing **Valentina Ursic**, mentre **le nicchie di categoria più moderne stanno performando bene**.

Con oltre 3 milioni di euro di fatturato ad alta gradazione (sui 13 milioni del gruppo a prevalenza vino), **Spirits & Colori** chiude a +5,2% e Gabriele Rondani, direttore commerciale e marketing, spiega che «**circa il 40% del fatturato 2025 deriva da brand lanciati negli ultimi due anni**, e questo ci ha permesso di chiudere l'anno in crescita nonostante il contesto». Il primo semestre 2026 vede un rimbalzo tendenziale (l'inizio 2025 scontava l'effetto del nuovo Codice della strada), anche se **l'arrivo del caldo non ha aiutato**: «La stagione turistica è partita in ritardo, soprattutto nelle località balneari del Sud – spiega Rondani – e le temperature elevate hanno favorito il consumo di soft drink o a basso contenuto alcolico». La lieve crescita registrata finora rischia però l'impatto dei costi legati alle tensioni in Medio Oriente.

Anche **Mavolo** segnava un **+5% a fine 2025, attribuito in larga misura alla linea Anthology**, progetto dedicato alla selezione e distribuzione in esclusiva di **brand premium**. «È un risultato che consideriamo particolarmente significativo – chiosa la marketing manager **Chiara Pigni** – perché arriva in un contesto di mercato non semplice, che vede i consumi più selettivi e un cliente finale molto più attento alla spesa». Una tendenza confermata dal primo semestre 2026.

[Ricette veloci](#)
[Ricette facili](#)
[Cucina Italiana](#)
[Cucina Dal Mondo](#)
[Piatti Unici](#)
[Antipasti](#)
[Primi piatti](#)

[Home](#) / [Ricette veloci](#) / Spirits, vendite in calo ma il mercato intravede la ripresa

Ricette veloci

Spirits, vendite in calo ma il mercato intravede la ripresa

Redazione - 8 Agosto 2026

Un barman dispone poche bottiglie di distillati in un bar, immagine del consumo più selettivo nel mercato degli spirits.

Il mercato italiano degli spirits ha chiuso il 2025 con volumi in calo e consumi più selettivi, ma nel primo semestre 2026 diversi distributori indipendenti registrano segnali di recupero, dopo mesi condizionati anche dai timori legati alle nuove sanzioni del Codice della Strada sulla guida in stato di ebbrezza. Il quadro, raccontato dagli operatori del settore, resta però frastagliato: si beve meno, si sceglie meglio, il fuoricasa fatica in alcune piazze e i marchi più recenti o di fascia premium sembrano muoversi con maggiore agilità.

Spirits, il 2025 chiude in chiaroscuro: volumi giù, qualità in avanti

Il 2025 degli spirits in Italia si è chiuso, secondo le valutazioni dei distributori, con un saldo non uniforme: alcune aziende hanno contenuto le perdite, altre sono riuscite a crescere grazie a portafogli più dinamici. Il dato comune, però, è il cambio di passo dei consumi. Il cliente finale compra con più attenzione, riduce le quantità e si orienta verso prodotti percepiti come più distintivi, spesso da bere in occasioni meno frequenti ma più curate.

A pesare, nella prima parte dell'anno scorso, è stato anche il clima di prudenza generato dalle modifiche al Codice della Strada, con sanzioni più severe per la guida in stato di ebbrezza. Nei locali, raccontano gli operatori, molti clienti hanno scelto consumazioni più leggere o hanno rinunciato al secondo drink. Non un blocco del mercato, ma un freno. E si è visto.

Dentro questa fase si è inserita una riconfigurazione più ampia: il fuoricasa mostra segnali di affaticamento, mentre la ricerca di qualità premia alcune categorie. I distributori parlano di un mercato "a macchia di leopardo", dove il risultato dipende molto dal mix tra marchi tradizionali, novità e prodotti premium.

Rinaldi tiene sugli spirits e cresce con vini e Champagne

Tra gli operatori osservati c'è Rinaldi, casa bolognese con un fatturato superiore ai 22 milioni di euro, che ha chiuso il 2025 con un calo inferiore al 3%. Un arretramento contenuto, spiegano dall'azienda, in un contesto in cui le quantità vendute hanno subito una pressione diffusa. Nel primo semestre 2026, però, la società sta tenendo sugli spirits e mostra una crescita sul vino, in particolare sugli Champagne.

La lettura interna alla categoria è meno lineare. Rum e whisky di fascia media accusano una flessione, mentre agave, gin e vodka registrano andamenti migliori. "I brand più tradizionali si trovano in maggiore difficoltà", ha osservato la direttrice marketing Valentina Ursic, indicando nelle nicchie più moderne uno dei segmenti oggi più reattivi.

Il punto, secondo questa lettura, non è soltanto il prezzo. Conta la capacità del prodotto di parlare a un consumatore che cerca riconoscibilità, racconto, ma anche una certa coerenza con il momento di spesa. Meno acquisti d'impulso, più selezione. E i marchi con un posizionamento poco chiaro rischiano di restare nel mezzo.

Spirits & Colori cresce con i nuovi brand, ma pesano caldo e turismo lento

Diversa la fotografia di Spirits & Colori, che nel 2025 ha chiuso a +5,2% nella parte ad alta gradazione, pari a oltre 3 milioni di euro su un gruppo da circa 13 milioni, a prevalenza vino. Il direttore commerciale e marketing Gabriele Rondani ha spiegato che "circa il 40% del fatturato 2025 deriva da brand lanciati negli ultimi due anni", una scelta che ha permesso all'azienda di crescere nonostante un contesto complicato.

Nel primo semestre 2026 il confronto con l'anno precedente risulta più favorevole, anche perché l'inizio del 2025 era stato appesantito dall'effetto delle nuove norme sulla circolazione stradale. Rondani, però, invita alla cautela. "La stagione turistica è partita in ritardo, soprattutto nelle località balneari del Sud", ha spiegato, aggiungendo che le temperature elevate hanno favorito il consumo di soft drink o bevande a basso contenuto alcolico.

Il recupero, quindi, c'è ma non corre senza ostacoli. Tra i fattori di rischio indicati dagli operatori compaiono anche i costi legati alle tensioni in Medio Oriente, con possibili effetti su logistica, materie prime e marginalità. Una crescita lieve può essere assorbita in fretta, se le spese aumentano lungo la filiera.

Mavolo punta sul premium: la linea Anthology sostiene i ricavi

Segnale positivo anche per Mavolo, che ha chiuso il 2025 con un +5%, attribuito in larga parte alla linea Anthology, progetto dedicato alla selezione e distribuzione in esclusiva di brand premium. Una strategia che intercetta la direzione del mercato: meno volumi, più valore unitario, maggiore attenzione alla proposta. Non funziona per tutti, ma dove il posizionamento è chiaro il consumatore risponde.

"È un risultato che consideriamo significativo", ha confidato la marketing manager Chiara Pignini, "perché arriva in un contesto di mercato non semplice, che vede i consumi più selettivi e un cliente finale molto più attento alla spesa". La stessa tendenza, secondo l'azienda, è proseguita nel primo semestre 2026, confermando il ruolo dei marchi premium come leva di tenuta.

Resta, sullo sfondo, una domanda che attraversa tutto il settore degli spirits: quanto della ripresa sia strutturale e quanto dipenda dal confronto favorevole con un inizio 2025 debole. Per ora i distributori vedono qualche margine in più, ma nessuno parla di ritorno ai vecchi automatismi. Il consumatore è cambiato. E il mercato, adesso, deve inseguirlo.



ECONOMIA MONDO SPORT CULTURA INTERESSANTE ▼ REDAZIONI REGIONALI ▼



■ Principale / Interessante / Viaggi e turismo / TV6onAIR – Spirits, consumi durante attenuazione obiezione il casino vede segnali che piega

Viaggi e turismo

TV6onAIR – Spirits, consumi durante attenuazione obiezione il casino vede segnali che piega

1 giorno fa

4 minuti di lettura

Il mercato italiano degli spirits ha chiuso il 2025 con volumi in calo e consumi più selettivi, ma nel primo semestre 2026 i distributori indipendenti registrano segnali di ripresa, dopo mesi condizionati anche dai timori legati alle nuove sanzioni del Codice della Strada sulla guida in stato di ebbrezza. Il quadro, raccontato dagli operatori del settore, resta frammentato: meno quantità vendute, più attenzione alla qualità, canale fuoricasa sotto pressione e consumatori più prudenti nella spesa.

Spirits, un mercato diviso tra calo dei volumi e ricerca della qualità

Il dato che attraversa il comparto è chiaro: gli spirits in Italia non stanno arretrando tutti allo stesso modo, ma il consumo cambia forma. I distributori parlano di una domanda più mirata, meno legata all'acquisto d'impulso e più orientata verso prodotti riconoscibili, spesso di fascia alta. Non è solo una questione di prezzo. È cambiato il modo in cui si beve, nei locali e a casa.

Il 2025, secondo le indicazioni raccolte tra alcuni operatori indipendenti, si è chiuso con un saldo in chiaroscuro. Da una parte la flessione dei volumi, dall'altra la tenuta — in alcuni casi la crescita — dei marchi premium e delle categorie più dinamiche. A pesare, nei primi mesi dell'anno scorso, era stato anche il clima di incertezza generato dalle modifiche al Codice della Strada, con sanzioni più severe per chi guida dopo aver bevuto. Un effetto psicologico, prima ancora che commerciale, come raccontano diversi operatori.

Nel fuoricasa, bar, ristoranti e locali hanno dovuto fare i conti con clienti più cauti. "Si ordina meno, ma si sceglie meglio", è la sintesi che circola tra chi vende a cocktail bar ed enoteche. Eppure il primo semestre 2026, complice il confronto con un avvio 2025 debole, sta restituendo qualche margine di respiro.

Rinaldi tiene sugli spirits e cresce con vini e Champagne

Tra gli operatori osservati c'è Rinaldi, casa bolognese con un fatturato superiore ai 22 milioni di euro, che ha archiviato il 2025 con un calo inferiore al 3%. Una flessione contenuta, in un anno complicato. Nel primo semestre 2026, spiegano dall'azienda, la parte spirits sta tenendo, mentre il comparto vini mostra un andamento migliore, soprattutto grazie agli Champagne.

Dentro la categoria, però, le differenze sono nette. Rum e whisky di fascia media accusano una contrazione, mentre agave, gin e vodka mostrano segnali positivi. "I brand più tradizionali si trovano in maggiore difficoltà", ha osservato la direttrice marketing Valentina Ursic, indicando invece una migliore performance per le nicchie più moderne e capaci di parlare a un pubblico nuovo.

Il punto, per Rinaldi, non è soltanto aggiungere etichette al portafoglio. Serve intercettare un consumatore che legge, confronta, chiede informazioni al banco. In molti casi arriva al locale sapendo già cosa vuole assaggiare. Solo allora il distributore riesce a trasformare la selezione in valore, non in semplice assortimento.

Spirits & Colori cresce con i nuovi brand, ma pesa il ritardo della stagione

Un percorso diverso è quello di Spirits & Colori, che realizza oltre 3 milioni di euro di fatturato nell'alta gradazione, all'interno di un gruppo da circa 13 milioni a prevalenza vino. L'azienda ha chiuso il 2025 con una crescita del 5,2%, sostenuta soprattutto dai nuovi marchi inseriti in portafoglio. "Circa il 40% del fatturato 2025 deriva da brand lanciati negli ultimi due anni", ha spiegato Gabriele Rondani, direttore commerciale e marketing.

Questo ricambio, secondo Rondani, ha permesso di chiudere l'anno in crescita "nonostante il contesto". Nel primo semestre 2026 il confronto tendenziale è favorevole, perché l'inizio del 2025 aveva risentito dell'effetto legato al nuovo Codice della Strada. Ma non tutto fila liscio. L'arrivo del caldo, paradossalmente, non ha dato la spinta attesa al consumo di alcolici.

"La stagione turistica è partita in ritardo, soprattutto nelle località balneari del Sud", ha spiegato Rondani. Le temperature alte hanno favorito soft drink e bevande a basso contenuto alcolico, più facili da ordinare nelle ore calde. In quel momento, per molti locali, il cocktail classico ha lasciato spazio a scelte più leggere. Resta poi l'incognita dei costi, legata anche alle tensioni in Medio Oriente, che potrebbe comprimere i margini nei prossimi mesi.

Mavolo punta sull'Anthology e sui marchi premium

Anche Mavolo ha chiuso il 2025 con un risultato positivo, pari a circa +5%, attribuito in larga misura alla linea Anthology, progetto dedicato alla selezione e distribuzione in esclusiva di brand premium. Una scelta coerente con un mercato che compra meno in quantità, ma premia prodotti con identità chiara. "È un risultato che consideriamo significativo", ha spiegato la marketing manager Chiara Pigni, ricordando il contesto di consumi più selettivi e un cliente finale più attento alla spesa.

Il primo semestre 2026, secondo l'azienda, conferma questa tendenza. Non una corsa generalizzata, piuttosto una crescita costruita su proposte mirate, formazione dei clienti e presidio del canale specializzato. Nei locali, raccontano gli operatori, il consumatore chiede sempre più spesso origine, metodo produttivo, abbinamenti. Domande concrete. E il prezzo, oggi, si giustifica solo se il prodotto ha una storia credibile.

Il quadro resta quindi prudente, ma meno pesante rispetto a un anno fa. Il mercato degli spirits continua a fare i conti con volumi sotto pressione, nuove abitudini di consumo e un fuori casa più fragile. Allo stesso tempo, però, i distributori che hanno investito su innovazione di portafoglio, marchi contemporanei e fascia alta intravedono uno spazio di crescita. Non per tutti. Ma per chi ha letto prima il cambio di passo, sì.



USCITE EDITORIALI CARTA STAMPATA

Settembre 2026

Percezioni liquide

9

• 9. IL LIQUORE CHE RACCONTA L'INVERNO INGLESE

Nasce dalla sapienza distillatoria della famiglia Hayman che può considerarsi legittimamente la più antica dinastia di Gin d'Inghilterra, attiva addirittura dal 1863. Lo Sloe Gin è molto più di un semplice liquore, visto che, possiamo affermare, si tratta di un vero e proprio rito stagionale. Le prugne selvatiche vengono raccolte a mano dopo le prime gelate autunnali, quando il freddo ne blocca gli zuccheri. Successivamente sono lasciate in infusione per tre-quattro mesi nel London Dry Gin di casa Hayman, per poi essere addolcite con zucchero naturale. Il risultato è un liquore dal colore rubino intenso. Al naso convivono note di prugna, mandorla amara, frutti di bosco cui si aggiungono le sensazioni legate alle spezie del

Gin utilizzato come liquido per l'infusione. In bocca è morbido, avvolgente, con una gradazione contenuta (26% vol), più leggera di un classico dry Gin. Si beve liscio a fine pasto oppure miscelato nel classico Sloe Gin Fizz che prevede l'utilizzo di limone e soda, o ancora con acqua tonica. Hayman's Sloe Gin, spiritsecolori.it



8



• 8. APERITIVO TERRITORIALE

Si usa parecchio nella profumeria e nella produzione dell'earl grey, famosa miscela di the nero. Di cosa stiamo parlando? Del bergamotto, che è uno dei simboli della Calabria. Dal bergamotto è partita anche l'idea per un aperitivo che non sapesse solamente di bergamotto, ma che in qualche modo fosse in grado di raccontare la storia di una terra, i suoi profumi, le sue persone. Un'immagine in cui si colloca alla perfezione il mito di Himeros: la personificazione del desiderio amoroso. Vi innamorerete di questo liquore le cui fila aromatiche e gustative sono guidate dal bergamotto cui si uniscono gli agrumi della costa reggina (arancia tarocco, arancia amara, mandarino verde) le spezie e le erbe aromatiche locali. Da provare anche il fratellino di questo aperitivo ionico, ovvero l'Himeros Bitter. Himeros Aperitivo Ionico, veller.it

10



• 10. UN WHISKY DEL BAS ARMAGNAC

Un distillato francese radicato a partire dalla materia: il mais utilizzato per la produzione del MilHoc Première Flamme proviene infatti dai 45 acri di terreni agricoli annessi alla tenuta della famiglia Laubade. È questo legame a conferire al progetto un carattere originale, in cui la cultura della distillazione locale incontra quella, più recente, del Whisky. La ricetta prevede un blend di cereali composto per il 54% da mais e per la parte restante da orzo maltato francese. La distillazione avviene in alambicco di rame utilizzato per l'Armagnac, affinamento di circa quattro-cinque anni in una selezione di botti, tra cui rovere americano fortemente tostato ed ex Bourbon. Al naso il Whisky presenta con un profilo caldo e riconoscibile, nel quale emergono mela cotta e le note di segale, accompagnate da una componente speziata. Al palato il sorso si fa più ampio e avvolgente: arrivano la crostata di frutta e il cioccolato amaro, in un gioco tra dolcezza, tostatura e profondità. MilHoc Whisky Première Flamme, sarziamaide.it

• 11. INCONTRI FELICI

Il nome Planteray deriva da plant, ovviamente da quella da cui si ricava il Rum, e da ray, ovvero i raggi del Sole che sono utili alla crescita e alla perfetta maturazione della canna da zucchero; materia prima essenziale per la produzione di Rum. Il distillato chiamato Cut & Dry deriva invece dalla tradizione, tipica delle Barbados, di unire il Rum alla ricchezza dei frutti della palma (noce di cocco), dando vita a un sorso dal profilo avvolgente e intensamente tropicale. Cut & Dry richiama la tradizione di unire la polpa del cocco che, una volta tagliata ed essiccata, viene unita al Rum. Grazie a questo processo, e a questa antologia di incontri, nasce un Rum in cui le sensazioni dolci e golose del cocco a perfetta maturazione si incontrano con la struttura del distillato. Da provare con un po' di ghiaccio oppure da utilizzare per una pina colada superlativa. Planteray Rhum Cut & Dry, compagniadelcaraibi.com

11





TESTATE ONLINE

Settembre 2026



RASSEGNA STAMPA **TESTATE ONLINE**
Settembre 2026

HORECA **NEWS**

THE DAILY NEWSLETTER

LA NEWSLETTER PER I PROFESSIONISTI DELL'HORECA E DEL FOODSERVICE



Spirits & Colori al Roma Bar Show con la finale della Hayman's Competition

Brand premium, formazione e nuove referenze nel segmento alcohol free.



Brandnamic acquisisce il 60% di Èdita: nasce l'agenzia full service per hotel

L'agenzia italiana full service dedicata al mercato degli hotel indipendenti.

**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 HORECA RISTORAZIONE OSPITALITÀ DISTRIBUZIONE PRODOTTI DISPENSA HORECA EVENTI

Spirits & Colori al Roma Bar Show con la finale della Hayman's Competition e le novità 2026

Spirits & Colori al Roma Bar Show 2026 con brand premium, formazione, mixology, brown spirits e nuove referenze anche nel segmento alcohol free

CRONACA PER L'IMPRESA

Redazione 5 3 Set 2026 - 15:51



Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori



CRONACA PER L'IMPRESA - Il peso dei nuovi brand cresce nel business di **Spirits & Colori**: nella prima parte del 2026, il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da marchi lanciati negli ultimi due anni, mentre l'azienda registra una crescita complessiva del +2,5%. Un'evoluzione che sarà al centro della partecipazione al **Roma Bar Show**, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre, dove il distributore presenterà il proprio approccio alla selezione dei prodotti, alla formazione e alla consulenza per il canale professionale.

Il mercato degli spirits sta cambiando insieme alle esigenze del bar e, per Spirits & Colori, la manifestazione romana rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto il portafoglio, ma una precisa idea di distribuzione: individuare brand capaci di distinguersi, sostenerne la crescita attraverso la formazione e aiutare i clienti a trasformarli in nuove opportunità di consumo. Anche il cambio di sede e di calendario del Roma Bar Show, spostato a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, consente all'azienda di presentarsi con un programma più articolato.

Un ruolo centrale sarà affidato alla mixology. Allo stand Spirits & Colori si svolgerà la finale della **Hayman's Competition**, mentre **Filippo Sisti**, Mixology Expert di Spirits & Colori, presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito dell'attività di consulenza condotta dall'azienda con i propri clienti. L'intento è mostrare concretamente come utilizzare i distillati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità e mettendo a disposizione dei bartender strumenti per costruire nuove proposte.

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro - spiega Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori - perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

È in questo quadro che si inseriscono anche i risultati della prima parte del 2026. Il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni, a fronte di una crescita complessiva dell'azienda del +2,5%. Il dato segnala il peso crescente assunto dall'innovazione del portafoglio, accanto alla solidità dei marchi storici, e dalla capacità di individuare nuove proposte costruendo intorno a esse occasioni di consumo.



La formazione accompagna questo processo. Attraverso il lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, Spirits & Colori forma oggi oltre 140 agenti in tutta Italia, trasferendo competenze sull'impiego dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. La selezione e il lancio dei nuovi brand diventano così uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore.

Al Roma Bar Show troveranno spazio anche i brown spirits, segmento sul quale Spirits & Colori concentrerà particolare attenzione in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinamento in botte.

Tra i marchi maggiormente al centro della partecipazione alla manifestazione figura Hayman's Gin, distilleria londinese le cui radici risalgono all'Ottocento e che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico. Il rapporto fra storia e innovazione ne fa uno dei brand più rappresentativi della filosofia di Spirits & Colori. Accanto al London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare interpretazioni differenti, dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free.

"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand - sottolinea Gabriele Rondani - una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo".

La finale della Hayman's Competition, in programma allo stand Spirits & Colori G01 lunedì alle ore 17, sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.

Accanto alle attività dedicate a Hayman's, i banchi di assaggio presidiati dai produttori proporranno un percorso fra alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits, con nuove referenze, interpretazioni contemporanee e prodotti legati all'evoluzione dei gusti e delle occasioni di consumo. La proposta spazierà dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove alternative analcoliche.

Tra le novità in evidenza ci sarà Gin District con Navigli, nuova proposta costruita sulle note agrumate per ottenere un profilo fresco e contemporaneo. Sul fronte tequila sarà protagonista La Cofradia, mentre Hayman's Gin presenterà London Zero, gin a 0% di alcol inserito nel crescente segmento delle alternative alcohol free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica.





Per il rum saranno presenti realtà di riferimento come Worthy Park e Labourdonnais Rhum, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Tequila Rose e Five Farms amplieranno invece il panorama delle proposte rivolte a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo.

Uno spazio sarà riservato anche alla ricerca sulle botaniche e sulla costruzione aromatica. Opificio Alkemico presenterà Ginger Roots & Pimento, nuova referenza della linea Alkemil. Il prodotto combina la forza pungente dello zenzero fresco con le note speziate, calde e persistenti del pimento, per un profilo aromatico intenso e riconoscibile.



Il percorso proseguirà nel whiskey americano con Rossville Rye e Remus Bourbon. Dal Messico arriveranno Nixta e Abasolo, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese, mentre Huamani Pisco completerà la panoramica internazionale con un'espressione della tradizione sudamericana. Il gin italiano sarà rappresentato da Vesuvius Magma Gin.

Uno spazio specifico sarà inoltre dedicato alla dealcolazione e alle bevande senza alcol con Sober Spirits. Tra le proposte presentate figurano lo Champagne Corentine Breton e "Dr. Lo" di Dr. Loosen, innovativo bianco della Mosella che interpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, con una proposta pensata per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico.

A completare l'esperienza saranno due aree di degustazione dedicate a rum e whiskey, pensate per approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni e permettere agli operatori di confrontarsi direttamente con stili, origini e interpretazioni differenti.

Le novità saranno presenti anche in altri stand della manifestazione. Fra queste figura Holywater Gin Gold Limited Edition: la bottiglia dipinta d'oro racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata (edibile) e il classico gin Holywater.



Guardando oltre il Roma Bar Show, Spirits & Colori intende sottoporre il portafoglio a una selezione sempre più attenta. L'obiettivo non è aumentare indiscriminatamente il numero delle referenze, ma concentrarsi su brand premium, distintivi e coerenti con il posizionamento dell'azienda.

"La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza – conclude Rondani –, Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli".

La scelta comporta anche una rinuncia precisa: Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi, mantenendo il focus sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti.

[HOME](#)
[NOTIZIE](#)
[PRODOTTI](#)
[SPIRITS](#)
[PROTAGONISTI](#)
[RUBRICHE](#)

[Home](#)
[Aziende](#)
[Spirits & Colori al Roma Bar Show con la finale della Hayman's...](#)

Aziende

Spirits & Colori al Roma Bar Show con la finale della Hayman's Competition e nuove referenze alcohol free

By Redazione 5 03/09/2026

Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori

Selezionare meno referenze puntando maggiormente su brand premium e distintivi, rafforzando nello stesso tempo formazione e consulenza alla rete. È la direzione indicata da Spirits & Colori per lo sviluppo del proprio portafoglio e uno dei temi che accompagneranno la presenza dell'azienda al Roma Bar Show, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre.

La strategia prevede di non aumentare indiscriminatamente il numero dei prodotti distribuiti, concentrando invece l'attenzione su marchi coerenti con il posizionamento dell'azienda e capaci di generare valore per il canale professionale.

"La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza – conclude Rondani –. Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli".

Una scelta che comprende anche una rinuncia precisa: Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi. Il focus resterà sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti.

I primi risultati del 2026 forniscono un'indicazione sul peso che le nuove proposte stanno già assumendo nel portafoglio. Il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni, mentre la crescita complessiva dell'azienda si attesta al +2,5%. L'innovazione della selezione assume così un ruolo crescente accanto alla solidità dei marchi storici e alla capacità di individuare nuove referenze costruendo intorno a esse occasioni di consumo.

A sostenere il processo è anche l'attività formativa. Grazie al lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, Spirits & Colori forma oggi oltre 140 agenti in tutta Italia, trasferendo competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. Selezione e lancio dei nuovi brand diventano quindi uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore.

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro – spiega **Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori** – perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

Questo approccio sarà tradotto in diverse attività al Roma Bar Show. Il mercato degli spirits sta cambiando insieme alle esigenze del bar e, per Spirits & Colori, l'appuntamento rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto un portafoglio di prodotti, ma una precisa idea di distribuzione: selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasformarli in nuove opportunità di consumo.

Il cambio di sede e di calendario della manifestazione, spostata a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, permette inoltre a Spirits & Colori di presentarsi con un programma più articolato.

Fra gli appuntamenti principali figura la finale della Hayman's Competition, ospitata direttamente allo stand dell'azienda. Nell'area bar sarà invece protagonista Filippo Sisti, Mixology Expert di Spirits & Colori, con una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'azienda porta avanti con i propri clienti. L'obiettivo è mostrare concretamente come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità e offrendo ai bartender strumenti per costruire proposte nuove.

Hayman's Gin è anche uno dei marchi sui quali Spirits & Colori concentrerà maggiormente l'attenzione durante la manifestazione. La distilleria londinese ha una storia che affonda le proprie radici nell'Ottocento e ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico. Il rapporto fra storia e innovazione rende Hayman's particolarmente rappresentativo della filosofia di Spirits & Colori.

Accanto al London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare nuove interpretazioni, dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free.

"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand – sottolinea Gabriele Rondani – una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo".

La finale della Hayman's Competition si terrà allo stand Spirits & Colori G01 lunedì alle ore 17 e sarà uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.

L'azienda dedicherà attenzione anche ai brown spirits, segmento particolarmente interessante in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinamento in botte.

I banchi di assaggio presidiati dai produttori offriranno inoltre un percorso attraverso alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits. Nuove referenze, interpretazioni contemporanee e prodotti in grado di intercettare l'evoluzione dei gusti e delle occasioni di consumo spazieranno dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove proposte analcoliche.





Gin District presenterà Navigli, nuova proposta che punta sulle note agrumate per costruire un profilo fresco e contemporaneo. Per il tequila sarà protagonista La Cofradia, mentre Hayman's Gin proporrà London Zero, gin a 0% di alcol inserito nel crescente segmento delle alternative alcohol free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica.

Nel rum saranno presenti Worthy Park e Labourdonnais Rhum, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Tequila Rose e Five Farms contribuiranno ad ampliare il panorama delle proposte dedicate a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo.

Particolare attenzione sarà riservata anche alla ricerca sulle botaniche e sulla costruzione aromatica. Opificio Alkemico presenterà Ginger Roots & Pimento, nuova referenza della linea Alkemil. La forza pungente dello zenzero fresco si combina con le note speziate, calde e persistenti del pimento, dando vita a un profilo aromatico intenso e riconoscibile.



Nel whiskey americano saranno presenti Rossville Rye e Remus Bourbon. Dal Messico arriveranno invece Nixta e Abasolo, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese. Huamani Pisco completerà la panoramica internazionale con un'espressione della tradizione sudamericana, mentre Vesuvius Magma Gin rappresenterà il gin italiano.

La dealcolazione e le bevande senza alcol avranno uno spazio specifico con Sober Spirits. Fra le proposte figurano lo Champagne Corentine Breton e "Dr. Lo" di Dr. Loosen, innovativo bianco della Mosella che interpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, con una proposta pensata per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico.

Due aree di degustazione saranno infine dedicate a rum e whisky, con l'obiettivo di approfondire le caratteristiche delle differenti produzioni e offrire agli operatori l'opportunità di confrontarsi direttamente con stili, origini e interpretazioni diverse.

Le novità interesseranno anche altri stand della manifestazione. Tra queste figura Holywater Gin Gold Limited Edition: la bottiglia dipinta d'oro racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata (edibile) e il classico gin Holywater.





NOTIZIE GUSTOSE ▾ RICETTE ▾ VINI COCKTAIL IN DISPESA EVENTI NEWS RICETTE DEGLI CHEF

- VINI

Spirits & Colori al Roma Bar Show: finale della Hayman's Competition e novità per il 2026

Spirits & Colori al Roma Bar Show 2026: innovazione, formazione e nuove proposte nel mercato degli spirits, con focus su marchi emergenti e mixology di qualità.



by redazione Fornelli d'Italia | Settembre 3, 2026



Il settore degli **spirits** sta vivendo una fase di notevole trasformazione, e il distributore **Spirits & Colori** si sta affermando come protagonista in questo cambiamento. Durante la prima metà del 2026, il 45% del fatturato dell'azienda deriva da marchi lanciati negli ultimi due anni, contribuendo a una crescita complessiva del +2,5%. Questo trend sarà al centro della partecipazione di Spirits & Colori al **Roma Bar Show**, che si svolgerà presso la Nuvola il 14 e 15 settembre, un evento in cui l'azienda presenterà il proprio approccio innovativo alla selezione dei prodotti e alla formazione nel canale professionale.

Il mercato degli spirits e l'importanza della formazione

Il mercato degli **spirits** è in continua evoluzione, rispondendo alle nuove esigenze dei bar e dei consumatori. Per **Spirits & Colori**, il **Roma Bar Show** rappresenta un'opportunità di grande rilevanza per illustrare non solo il proprio portafoglio prodotti, ma anche una visione ben definita della distribuzione. L'obiettivo è identificare marchi in grado di distinguersi e supportarne la crescita attraverso attività formative e consulenze mirate. Il recente spostamento dell'evento a settembre, rispetto alla precedente programmazione di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, consente all'azienda di presentarsi con un programma più ricco e articolato.

La **mixology** avrà un ruolo centrale nello stand di Spirits & Colori, dove si svolgerà la finale della **Hayman's Competition**. In questa occasione, **Filippo Sisti**, esperto di mixology dell'azienda, presenterà una selezione di cocktail sviluppati attraverso attività di consulenza con i clienti. L'intento è quello di dimostrare come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzando le loro caratteristiche distintive e fornendo ai bartender gli strumenti necessari per creare nuove proposte.

I risultati di Spirits & Colori nel 2026

I risultati ottenuti da Spirits & Colori nella prima metà del 2026 evidenziano un trend positivo. Il 45% del fatturato dell'azienda proviene da brand lanciati recentemente, mentre la crescita complessiva si attesta al +2,5%. Questi dati testimoniano l'importanza dell'innovazione all'interno del portafoglio prodotti, affiancata dalla solidità dei marchi storici. La capacità di individuare nuove proposte e costruire occasioni di consumo attorno a esse è fondamentale per il successo dell'azienda.

La formazione gioca un ruolo cruciale in questo processo. Grazie al lavoro di **Filippo Sisti** e degli area manager, **Spirits & Colori** forma attualmente oltre 140 agenti in tutta Italia, trasferendo competenze sull'uso dei prodotti e sulle potenzialità delle diverse referenze. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così motori di crescita e valore.

In vista della parte finale dell'anno, l'azienda punterà anche sui **brown spirits**, un segmento tradizionalmente favorevole ai consumi di whisky e rum. Tra i marchi di punta presenti al Roma Bar Show ci sarà **Hayman's Gin**, una storica distilleria londinese che ha contribuito alla riscoperta della tradizione del gin britannico. La combinazione di storia e innovazione rende Hayman's un marchio emblematico della filosofia di Spirits & Colori.

Le novità e le proposte al roma bar show

La finale della **Hayman's Competition**, prevista per lunedì alle ore 17 presso lo stand di Spirits & Colori, si preannuncia come uno degli eventi più attesi del Bar Show. Accanto a questa competizione, i visitatori potranno esplorare una gamma di espressioni innovative nel mondo degli **spirits**, con assaggi che spaziano dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e a nuove alternative analcoliche.

Tra le novità in evidenza ci sarà **Gin District con Navigli**, una proposta caratterizzata da note agrumate e un profilo fresco. Per quanto riguarda il tequila, **La Cofradia** sarà protagonista, mentre **Hayman's Gin** presenterà **London Zero**, un gin al 0% di alcol, parte del crescente segmento delle alternative alcohol-free.

Il rum sarà rappresentato da produttori di riferimento come **Worthy Park** e **Labourdonnais Rhum**, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità in gamma. **Tequila Rose** e **Five Farms** amplieranno l'offerta per un pubblico in cerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo.

Un'attenzione particolare sarà dedicata alla ricerca sulle botaniche. **Opificio Alkemico** presenterà **Ginger Roots & Pimento**, una nuova referenza che combina il pungente zenzero fresco con le note speziato del pimento, creando un profilo aromatico intenso.

L'evento si arricchirà di una selezione di whiskey americani come **Rossville Rye** e **Remus Bourbon**, mentre dal Messico arriveranno **Nixta** e **Abasolo**, espressioni che celebrano ingredienti e tradizioni locali. Il gin italiano sarà rappresentato da **Vesuvius Magma Gin**.

Un'area sarà dedicata anche alle bevande senza alcol, con proposte come lo **Champagne Corentine Breton** e **Dr. Lo**, un bianco della Mosella in chiave analcolica, pensato per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico.

A completare l'esperienza, due aree di degustazione dedicate a rum e whisky permetteranno agli operatori di approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni e confrontarsi con stili e origini differenti.

Spirits & Colori si prepara a presentare un portafoglio sempre più selettivo, puntando a brand premium e distintivi, in linea con la propria strategia aziendale. L'azienda intende non solo ampliare la propria offerta, ma farlo con qualità, investendo in brand capaci di portare valore e in attività che aiutino i clienti a comprenderli e valorizzarli.

Innovazione, formazione e nuovi consumi: la strategia di Spirits & Colori al Roma Bar Show 2026

Spirits & Colori rafforza il portafoglio con brand innovativi, formazione e focus su premium, puntando su crescita e valore nel canale professionale.

04 Settembre 2026, 12:15
Di Redazione

3' di lettura



Immagine generata con strumenti di AI su input editoriale di Rassegna Business.
È vietata la riproduzione senza autorizzazione.

L'evoluzione del mercato degli spirits sta ridefinendo le strategie di selezione, formazione e valorizzazione dei prodotti nel canale professionale. In questo contesto, **Spirits & Colori** presenta al Roma Bar Show, in programma alla Nuvola di Roma il 14 e 15 settembre 2026, un approccio centrato su **innovazione del portafoglio, formazione** e nuove occasioni di consumo.

Il programma dell'azienda durante la manifestazione prevede iniziative che riflettono le principali direttrici strategiche. Al centro dello stand si trova **Hayman's Gin**, protagonista della finale della Hayman's Competition. La mixology sarà affidata a **Filippo Sisti**, che proporrà cocktail e applicazioni dei distillati sviluppati per il settore della miscelazione. L'attenzione si estende anche ai **brown spirits**, alle novità come **Holywater Gold Edition** e al segmento **alcohol-free** con **Sober Spirits**.

I dati relativi al 2026 evidenziano una dinamica significativa: **il 45% del fatturato di Spirits & Colori proviene da brand lanciati negli ultimi due anni**, accompagnato da una crescita complessiva del **2,5%**. Questo risultato sottolinea il peso crescente dell'innovazione all'interno del portafoglio aziendale, sia per la solidità dei marchi storici sia per la capacità di individuare nuove proposte e costruire intorno a esse occasioni di consumo.

L'azienda investe in modo strutturato nella formazione, coinvolgendo oltre **140 agenti in tutta Italia**. Il lavoro di consulenza guidato da Filippo Sisti mira a trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze, offrendo ai bartender strumenti concreti per sviluppare nuove proposte. La selezione e il lancio di nuovi brand rappresentano uno dei motori della crescita aziendale.

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

"la formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

L'attenzione verso i brown spirits si conferma strategica, soprattutto nella parte finale dell'anno, periodo tradizionalmente favorevole ai consumi di whisky, rum e altre referenze affinate in botte. Tra i brand in evidenza figura nuovamente **Hayman's Gin**, distilleria londinese che unisce tradizione storica a una costante ricerca innovativa, come dimostrano le nuove interpretazioni dal **Peach & Rose Cup** allo **Small Gin** fino alle proposte **alcohol-free**.

Gabriele Rondani ha sottolineato:

"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand: una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo".

L'approccio selettivo adottato da Spirits & Colori si riflette nella scelta di concentrarsi su brand premium e distintivi, evitando strategie basate esclusivamente su prezzo o grandi volumi. L'obiettivo è rafforzare la qualità della selezione piuttosto che aumentare indiscriminatamente il numero delle referenze.

Gabriele Rondani ha concluso:

"la dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza. Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli".

L'esperienza proposta dalla società durante il Roma Bar Show include banchi di assaggio presidiati dai produttori, offrendo un percorso tra espressioni innovative degli spirits: dal gin al rum, dal tequila al whisky fino alle alternative analcoliche. Tra le novità spiccano **Gin District Navigli**, caratterizzato da note agrumate, **La Cofradia** per il segmento tequila, **Hayman's Gin London Zero**, gin a **0% di alcol**, oltre a referenze come **Worthy Park**, **Labourdonnais Rhum**, **Tequila Rose**, **Five Farms**, **Opificio Alkemico Ginger Roots & Pimento**, **Rossville Rye**, **Remus Bourbon**, **Nixta**, **Abasolo**, **Huamani Pisco**, **Vesuvius Magma Gin**. Un focus specifico è dedicato alla dealcolazione con proposte come **Sober Spirits**, **Champagne Corentine Breton** e **"Dr. Lo"** di Dr. Loosen.

L'offerta si completa con due aree degustazione dedicate a rum e whisky, pensate per approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni internazionali. Tra le novità presenti anche in altri stand figura la **Holywater Gin Gold Limited Edition**, bottiglia dipinta d'oro con foglia d'oro 24 carati edibile.

Fonti e Note

Comunicato stampa Borderline Agency



HOME ARCHITETTURA COMUNE DI PARMA ARTE FOOD AND WINE

EMILIA ROMAGNA, GIN

SPIRITS & COLORI PORTA IL GIN D'AUTORE E I DISTILLATI DI RICERCA AL ROMA BAR SHOW

6 SETTEMBRE 2026 | BY ENNIO BARBIERI



Il modo di bere al banco sta cambiando, e con esso cambia anche il modo in cui i distributori pensano il proprio catalogo. Per **Spirits & Colori** il Roma Bar Show, in programma alla Nuvola dal 14 al 15 settembre, è l'occasione per mettere in fila non solo etichette, ma un'idea precisa di come si costruisce un portafoglio: scegliere marchi capaci di distinguersi, sostenerli con la formazione e aiutare chi lavora dietro al bancone a trasformarli in nuove occasioni di consumo.

Un nuovo palcoscenico alla Nuvola di Roma

Rispetto all'edizione di maggio 2025, ospitata al Palazzo dei Congressi, quest'anno la manifestazione cambia sede e calendario, spostandosi a settembre alla **Nuvola di Roma**. Un cambiamento che, per **Spirits & Colori**, si traduce in uno spazio più ampio per raccontare la propria proposta: non un semplice elenco di prodotti, ma un modello di distribuzione costruito attorno alla selezione dei brand, all'accompagnamento nella loro crescita e al supporto concreto ai clienti nel trasformarli in nuove occasioni di consumo.

Filippo Sisti e la mixology al centro dello stand

Tra gli appuntamenti più attesi c'è la finale della **Hayman's Competition**, ospitata direttamente allo stand dell'azienda insieme a un ricco calendario di attività dedicate alla miscelazione. A guidare l'area bar sarà **Filippo Sisti**, **Mixology Expert di Spirits & Colori**, che porterà una selezione di cocktail nati dal lavoro di consulenza che l'azienda svolge quotidianamente con i propri clienti. L'idea è semplice ma concreta: far vedere come i distillati possano essere usati in miscelazione, mettendo in luce caratteristiche e identità di ciascuna referenza e dando ai bartender strumenti utili per costruire proposte nuove.

La formazione come motore del lavoro quotidiano



Gabriele Rondani

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro — spiega **Gabriele Rondani**, **Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori** — perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

Grazie al lavoro di **Filippo Sisti** e degli area manager, l'azienda forma oggi oltre 140 agenti in tutta Italia, trasferendo competenze sull'uso dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze.



Filippo Sisti

Un fatturato che cresce grazie ai nuovi brand

I numeri della prima parte del 2026 raccontano bene la direzione presa dall'azienda: **il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni**, a fronte di una crescita complessiva pari al **+2,5%**. Un dato che dice quanto l'innovazione del portafoglio stia pesando sempre di più, senza però mettere in discussione la solidità dei marchi storici. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore.

Il ritorno dei brown spirits

Al **Roma Bar Show** ampio spazio sarà dedicato anche ai brown spirits, segmento che guadagna terreno proprio in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze affinate in botte.

Hayman's Gin, tra storia e innovazione

Tra i marchi su cui l'attenzione sarà maggiore c'è **Hayman's Gin**, distilleria londinese con radici che affondano nell'Ottocento e che ha avuto un ruolo importante nella riscoperta della tradizione del gin britannico. Accanto ai London Dry più classici, la distilleria continua a sviluppare nuove interpretazioni, dal **Peach & Rose Cup** allo **Small Gin**, fino alle più recenti proposte alcohol-free.

"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand — sottolinea **Gabriele Rondani** — una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo".

La finale della **Hayman's Competition**, in programma allo stand **G01** lunedì alle ore 17, sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti della manifestazione.

Meno referenze, più qualità: la strategia futura

"La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza — conclude **Rondani** —. Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli".

Una posizione che comprende anche una scelta netta: nessun investimento su una competizione basata solo sul prezzo e sui grandi volumi, restando invece concentrati sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti.

Un percorso tra gin, rum, tequila e proposte senza alcol

Ai banchi di assaggio presidiati dai produttori si potrà seguire un percorso tra alcune delle espressioni più interessanti del mondo degli spirits, dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove proposte analcoliche.



Gin District

Tra le novità in evidenza c'è **Gin District**, con **Navigli**, nuova proposta dal profilo agrumato, fresco e contemporaneo. Sul fronte tequila sarà protagonista **La Cofradia**, mentre **Hayman's Gin** presenterà **London Zero**, gin allo **0% di alcol** pensato per il crescente segmento delle alternative alcohol-free, sempre più attente a qualità e complessità aromatica.

Il rum sarà rappresentato da realtà come **Worthy Park** e **Labourdonnais Rhum**, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Accanto a loro, **Tequila Rose** e **Five Farms** ampliano il panorama delle proposte rivolte a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo.



Alkemil Ginger

Particolare attenzione andrà anche alla ricerca sulle botaniche: è il caso di **Opificio Alkemico**, che presenterà **Ginger Roots & Pimento**, nuova referenza della linea **Alkemil**, dal carattere deciso, dove la forza pungente dello zenzero fresco si combina con le note speziate e persistenti del pimento.

Il viaggio proseguirà nel whiskey americano con **Rossville Rye** e **Remus Bourbon**, mentre dal Messico arriveranno **Nixta** e **Abasolo**, espressioni legate a ingredienti e tradizioni radicate nella cultura del Paese. A completare la panoramica internazionale sarà **Huamani Pisco**, espressione della tradizione sudamericana, mentre non mancherà una rappresentanza del gin italiano con **Vesuvius Magma Gin**.

Uno spazio specifico sarà dedicato alla dealcolazione e alle bevande senza alcol con **Sober Spirits**. Tra le proposte in questo ambito figurano il **Champagne Corentine Breton** e "**Dr. Lo**" di **Dr. Loosen**, bianco della Mosella che reinterpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, pensato per offrire versatilità anche fuori dal consumo alcolico. Completano l'esperienza due aree di degustazione dedicate a rum e whisky, pensate per approfondire stili, origini e interpretazioni diverse.

Le novità dagli altri stand: Holywater Gin Gold



Holy Water

Tra le novità presenti anche in altri stand della manifestazione spicca **Holywater Gin Gold Limited Edition**: la bottiglia, dipinta d'oro, racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata ed edibile insieme al classico gin Holywater.

Chi è Spirits & Colori

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 catalogo comprende un assortimento ricercato, costruito attorno a piccoli produttori di qualità riconosciuta a livello mondiale, capaci di distinguersi anche con i palati più esigenti. Maggiori informazioni su www.spiritsecolori.it.



LA RIVISTA | CONTATTI

MIXOLOGY MAG
L'arte della miscelazione

HOME MIXOLOGY MAG | RACCONTI DAL PASSATO | TENDENZE | PERSONAGGI | LOCALI | COCKTAIL & SPIRITS | FORMAZIONE | SPEAKERS' CORNER

NOTIZIE | RUBRICHE

Spirits & Colori al Roma Bar Show: innovazione, formazione e nuovi consumi

Roma | 14 e 15 settembre | Marchi e Aziende | Spirits & Colori al Roma Bar Show: innovazione, formazione e nuovi consumi

07/09/2026 | **Marchi e Aziende**, **Rubriche**

Spirits & Colori al Roma Bar Show: innovazione, formazione e nuovi consumi

Per **Spirits & Colori** il prossimo **Roma Bar Show**, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre, rappresenta l'occasione per raccontare una precisa idea di distribuzione:

selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasformarli in nuove opportunità di consumo.

Un ricco programma allo stand Spirits & Colori

Tra gli appuntamenti più significativi ci sarà la finale della **Hayman's Competition**.

Protagonista dell'area bar sarà **Filippo Stelli**, Mixology Expert di Spirits & Colori.

Stelli presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'azienda porta avanti con i propri clienti.

Come spiega **Gabriele Rondani**, direttore commerciale e marketing di Spirits & Colori:

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo."

Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di *formazione e consulenza*."

Spirits & Colori nel 2026

Il 45% del fatturato di Spirits & Colori nel 2026 proviene da brand lanciati negli ultimi due anni, con una crescita complessiva dell'azienda del +2,5%.

Il dato evidenzia quanto l'innovazione e la capacità di individuare nuove proposte stiano funzionando.

In questo processo un ruolo centrale è svolto dalla formazione.

Spirits & Colori forma oggi oltre 340 agenti in tutta Italia, per trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze.

La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore.

I brand in primo piano

Tra i brand su cui Spirits & Colori concentra maggiormente l'attenzione al Roma Bar Show c'è **Hayman's Gin**, distilleria londinese che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico.

E proprio il rapporto tra storia e innovazione a rendere Hayman's particolarmente rappresentativo della filosofia di Spirits & Colori.

Accanto al London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare nuove interpretazioni, dal **Peach & Rose Cisp** allo **Small Gin**, fino alle più recenti proposte **alcohol-free**.

"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand: una storia importante e la capacità di continuare a innovare", dice Rondani.

"È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo".

La finale della Hayman's Competition, in programma allo stand **Spirits & Colori G&L** lunedì alle ore 12, sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.

Tra le novità in evidenza ci sarà **Gin District**, con **Naviglio**, una nuova proposta che punta sulle note agrumate per costruire un profilo fresco e contemporaneo.

Sul fronte Tequila sarà invece protagonista **La Coltrada**, mentre Hayman's Gin presenterà **London Zero**, Gin a 0% di alcol che si inserisce nel crescente segmento delle alternative alcohol-free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica.

Per il Rum ci saranno **Worthy Park** e **Labourdonna's Rum**, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma.

Accanto a loro, **Tequila Rose** e **Five Farms** contribuiranno ad ampliare il panorama delle proposte dedicate a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo.

Non mancherà **Opificio Alkemico**, che presenterà **Ginger Roots** e **Pimento**, nuova referenza della linea Alkemico.

Il percorso proseguirà nel mondo del Whiskey americano con **Rosselle Rye** e **Remus Bourbon**, mentre dal Messico arriveranno **Nixta** e **Abasolo**, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese.

A completare la panoramica internazionale sarà **Huamantla Placo**, espressione della tradizione sudamericana.

Versutus Magna Gin rappresenterà il Gin italiano, mentre uno spazio specifico sarà dedicato alla dealkolazione e alle bevande senza alcol con **Sober Spirits**.



DEGUSTA

HOME NEWS DEGUSTA TV LA RIVISTA CONTATTI

Ultim'ora 8 Settembre 2026 6 Minuti

Al Roma Bar Show "Spirits&Colori" guarda oltre il banco: innovazione, formazione e nuovi consumi

Alla "Nuvola" di Roma, dal 14 al 15 settembre, al centro Hayman's al via il Gin Competition e in bella evidenza, la mixology firmata Filippo Sisti, i brown spirits e le proposte alcohol-free. Il mercato degli spirits sta cambiando e cambiano anche le esigenze del bar. Per Spirits&Colori il prossimo Roma Bar Show, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre, rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto un portafoglio di prodotti, ma anche una precisa idea di distribuzione: selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasformarli in nuove opportunità di consumo. Il cambio di sede e di calendario della manifestazione, spostata a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, permette inoltre a Spirits&Colori di presentarsi con un programma più articolato.



Tra gli appuntamenti più significativi ci sarà la finale della Hayman's Competition, ospitata direttamente allo stand dell'Azienda, insieme alle attività dedicate alla mixology. Protagonista dell'area bar sarà Filippo Sisti, Mixology Expert di Spirits&Colori che presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'Azienda porta avanti con i propri clienti. L'obiettivo è mostrare concretamente come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità, offrendo ai bartender strumenti per costruire proposte nuove. "La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro - spiega - perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".



Un indicatore concreto del cambiamento arriva dai risultati della prima parte del 2026. Il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni, con una crescita complessiva dell'azienda del +2,5%. Un dato che evidenzia quanto l'innovazione del portafoglio stia assumendo un peso crescente, non solo per la solidità dei marchi storici, ma anche per la capacità di individuare nuove proposte e costruire intorno a esse occasioni di consumo. In questo processo un ruolo centrale è svolto dalla formazione. Grazie al lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, Spirits&Colori forma oggi oltre 140 agenti in tutta Italia, per trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore.

Al Roma Bar Show, Spirits&Colori dedicherà inoltre attenzione ai brown spirits, segmento particolarmente interessante in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinamento in botte. Tra i brand su cui Spirits&Colori concentra maggiormente l'attenzione al Roma Bar Show c'è Hayman's Gin, distilleria londinese con una storia che affonda le proprie radici nell'Ottocento e che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico. È proprio il rapporto tra storia e innovazione a rendere Hayman's particolarmente rappresentativo della filosofia di Spirits&Colori. Accanto ai London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare nuove interpretazioni: dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free.



"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand - sottolinea Gabriele Rondani - una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo". La finale della Hayman's Competition, in programma allo stand Spirits&Colori (G01 lunedì alle ore 17) sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show. Per il futuro, il portafoglio sarà oggetto di una selezione sempre più attenta. L'obiettivo non è aumentare indiscriminatamente il numero delle referenze, ma concentrarsi su brand premium, distintivi e coerenti con il posizionamento dell'azienda.



"La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza - conclude Rondani - Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli". Una scelta che comprende anche una rinuncia precisa: Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi. Una direzione coerente con la volontà di mantenere il focus sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti.

A proposito di focus, i banchi di assaggio presidiati dai produttori offrono un percorso attraverso alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits...



SPIRITS&COLORI Srl
Via del Chionso 14
Reggio Emilia
Tel. 0522.506284
www.spiritsecolori.it



NATOCONLAVALIGIA

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



Gin District Navigli

RECUPERO & RISTO NATOCONLAVALIGIA

AL ROMA BAR SHOW SPIRITS & COLORI CON LA FINALE DELLA HAYMAN'S COMPETITION E NOVITÀ ANCHE ALCOOL FREE

12/09/2026 - NatoconlaValigia Redazione

ALLA NUVOVA DI ROMA, DAL 14 AL 15 SETTEMBRE, UN PORTAFOGLIO SEMPRE PIÙ ORIENTATO ALLE NUOVE OCCASIONI DI CONSUMO. AL CENTRO HAYMAN'S GIN COMPETITION, LA MIXOLOGY FIRMATA FILIPPO SISTI, I BROWN SPIRITS E LE PROPOSTE ALCOHOL-FREE.



Filippo Sisti - Orio

Il mercato degli spirits sta cambiando e, con esso, cambiano anche le esigenze del bar. Per Spirits & Colori il prossimo Roma Bar Show, in programma alla NuvoLa il 14 e 15 settembre, rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto un portafoglio di prodotti, ma una precisa idea di distribuzione: selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasferirli in nuove opportunità di consumo. Il cambio di sede e di calendario della manifestazione, spostata a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, permette inoltre a Spirits & Colori di presentarsi con un programma più articolato.

Tra gli appuntamenti più significativi ci sarà la finale della Hayman's Competition, ospitata direttamente allo stand dell'azienda, insieme alle attività dedicate alla mixology. Protagonista dell'area bar sarà Filippo Sisti, Mixology Expert di Spirits & Colori che presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'azienda porta avanti con i propri clienti. L'obiettivo è mostrare concretamente come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità, offrendo ai bartender strumenti per costruire proposte nuove.

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro" - spiega Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori - "perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".



Gabriele Rondani

Un indicatore concreto del cambiamento arriva dai risultati della prima parte del 2026. Il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni, con una crescita complessiva dell'azienda del +2,5%. Un dato che evidenzia quanto l'innovazione del portafoglio stia assumendo un peso crescente, non solo per la solidità dei marchi storici, ma anche per la capacità di individuare nuove proposte e costruire intorno a esse occasioni di consumo. In questo processo un ruolo centrale è svolto dalla formazione. Grazie al lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, Spirits & Colori forma oggi oltre 140 agenti in tutta Italia, per trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore.

Al Roma Bar Show Spirits & Colori dedicherà inoltre attenzione ai brown spirits, segmento particolarmente interessante in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinamento in botte.

Tra i brand su cui Spirits & Colori concentra maggiormente l'attenzione al Roma Bar Show c'è Hayman's Gin, distilleria londinese con una storia che affonda le proprie radici nell'Ottocento e che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico. È proprio il rapporto tra storia e innovazione a rendere Hayman's particolarmente rappresentativo della filosofia di Spirits & Colori. Accanto ai London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare nuove interpretazioni, dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free. "Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand - sottolinea Gabriele Rondani - una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo". La finale della Hayman's Competition, in programma allo stand Spirits & Colori G01 lunedì alle ore 17, sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.

Per il futuro, il portafoglio sarà oggetto di una selezione sempre più attenta. L'obiettivo non è aumentare indiscriminatamente il numero delle referenze, ma concentrarsi su brand premium, distintivi e coerenti con il posizionamento dell'azienda. "La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza - conclude Rondani - Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli". Una scelta che comprende anche una rinuncia precisa: Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi. Una direzione coerente con la volontà di mantenere il focus sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti.



Holy Water Gin



Gin District Navigli



Alkemil Ginger Bottle

A proposito di focus, i banchi di assaggio presidiati dai produttori offriranno un percorso attraverso alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits, tra nuove referenze, interpretazioni contemporanee e prodotti capaci di intercettare l'evoluzione dei gusti e delle occasioni di consumo, spaziando dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove proposte analcoliche. Tra le novità in evidenza ci sarà Gin District, con Navigli, una nuova proposta che punta sulle note agrumate per costruire un profilo fresco e contemporaneo. Sul fronte tequila sarà invece protagonista La Cofradia, mentre Hayman's Gin presenterà London Zero, gin a 0% di alcol che si inserisce nel crescente segmento delle alternative alcohol free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica. Il rum sarà rappresentato da realtà di riferimento come Worthy Park e Labourdonnais Rhum, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Accanto a loro, Tequila Rose e Five Farms contribuiranno ad ampliare il panorama delle proposte dedicate a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla ricerca sulle botaniche e sulla costruzione aromatica. È il caso di Opificio Alkemil, che presenterà Ginger Roots & Pimento, nuova referenza della linea Alkemil. Un prodotto dal carattere deciso e avvolgente, nel quale la forza pungente dello zenzero fresco si combina con le note spezziate, calde e persistenti del pimento, dando vita a un profilo aromatico intenso e riconoscibile. Il percorso proseguirà nel mondo del whiskey americano con Rossville Rye e Remus Bourbon, mentre dal Messico arriveranno Nixta e Abasolo, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese. A completare la panoramica internazionale sarà Humani Picco, espressione della tradizione sudamericana. Non mancherà infine una rappresentanza del gin italiano con Vesuvius Magma Gin, mentre uno spazio specifico sarà dedicato alla deacidolazione e delle bevande senza alcol con Sober Spirits. Tra le proposte presentate figurano il Champagne Corentine Breton e "Dr. Lo" di Dr. Loosen, innovativo bianco della Mosella che interpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, con una proposta pensata per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico. A completare l'esperienza saranno due aree di degustazione dedicate a rum e whisky, pensate per approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni e offrire agli operatori l'opportunità di confrontarsi direttamente con stili, origini e interpretazioni differenti. Non mancheranno le novità presenti anche in altri stand della manifestazione. Tra queste, Holywater Gin Cold Limited Edition: la bottiglia dipinta d'oro racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata (edibile) e il classico gin Holywater.

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, caratterizzata da piccoli produttori di acclata qualità a livello mondiale, capaci di stupire i palati più esigenti con i propri distillati. www.spiritescolori.it



HOME / DAILY DRAM / NEWS / IN ITALIA

Distributori italiani di Whisky

DISTRIBUTORI ITALIANI DI WHISKY

Con il **mercato italiano degli Spirits** che registra qualche evidente segno di difficoltà, alcuni brand hanno rivisto le proprie dinamiche di distribuzione in Italia. Vanno in questa direzione gli annunci di fine luglio del sostanziale azzeramento di *Diageo Italia* (96 licenziamenti su un organico totale di 127 persone, erano oltre 500 dipendenti solo un anno fa, azienda che in Italia fattura 200+ milioni di Euro), mossa che segue di pochi mesi la cessione della distribuzione di due brand strategici (*Johnnie Walker* e *Bulleit*) a Montenegro.

Proviamo a mettere un po' d'ordine. Riportiamo qui di seguito l'elenco aggiornato (per quanto ci è tenuto sapere) dei principali distributori italiani di whisky, con i marchi in distribuzione esclusiva.

Pregiamo segnalare eventuali assenze, variazioni o imprecisioni a dram@whiskyclub.it.

Aggiornato al 31/08/2026

Distillatori e Selezionatori italiani in distribuzione diretta



- Astrolabio
- Exmu
- Mazzetti d'Altavilla
- Morisco Spirits
- Officine Alkemiche
- Puni
- Roner
- Samaroli
- Sibona
- Silvio Carta
- Strada Ferrara
- Villa de Varda (InQuota)
- WhiskyFacile

Spirits & Colori

www.spiritsecolori.it

- Abasolo
- Bandwagon
- Black Bull
- Bladnoch
- Clonakilty
- Duncan Taylor
- Echinville
- Kentucky Jack
- Kujira
- Pintail Whisky
- Remus
- Reservoir
- Ross & Squibb
- Shefford Manor
- Shinobu
- Tipperary
- The Ultimate Whisky
- Tibet
- Whisky Cellar
- Wolfburn



BarTales

ITALIAN PREMIUM BARTENDING

Home Chi siamo Magazine News ed Eventi Ricette

Home » FINALE HAYMAN'S CUP COCKTAIL COMPETITION 2026

NEWS

FINALE HAYMAN'S CUP COCKTAIL COMPETITION 2026

BY REDAZIONE BARTALES — 29 SETTEMBRE 2026 — UPDATED: 29 SETTEMBRE 2026
NESSUN COMMENTO 2 MINS READ



La finale della seconda edizione della Hayman's Cup Cocktail Competition, organizzata da Spirit & Colori, importatore di Hayman's Gin, in collaborazione con BarTales Magazine si è svolta nello spazio espositivo di Spirits & Colori a Roma Bar Show 2026.



Sei i finalisti arrivati a Roma dopo avere superato le tre selezioni nazionali di Nord, Centro e Sud Italia. Davanti alla giuria composta da Filippo Sisti, advocacy manager di Spirits & Colori, e da Beppe Doria di Volare cocktail bar di Bologna, i sei concorrenti hanno presentato le stesse ricette con le quali hanno superato le loro selezioni.



Tra il numeroso pubblico che ha assistito alla finale era presente anche il brand owner Michael Hayman, a Roma in occasione del bar show. Il vincitore è stato il siciliano Pietro Amedeo Ferlito che ha convinto la giuria con il suo drink Zagara nel quale ha associato a Hayman's Gin un personale cordiale di zagare.



I concorrenti

- CARUSONE MICHELE- PORTO RECANATI (AN)
- DINTRONO ALESSANDRO- TORINO
- FERLITO PIETRO AMEDEO- MISTERBIANCO (CT)
- IZZIA ALFREDO- RAGUSA
- ROVELLI CHRISTOPHER- GENOVA
- SGARRO GIULIA ROSA- FANO (PU)



Ricetta vincente ZAGARA

- 4,5 CL GIN HAYMAN'S LONDON DRY
- 4 CL CORDIALE DI ZAGARE (fiori di zagara, foglie d'arancio, buccia di agrumi, miele, sale, acido citrico, acido malico)

TECNICA: STIR AND STRAIN
GUARNIZIONE: CIUFFO DI PREZZEMOLO RICCIO
BICCHIERE: TUMBLER BASSO



BASSO VOLUME

[Mercati & Consumi](#) [Aziende & Prodotti](#) [Normative & Istituzioni](#) [Tecniche & Impianti](#) [Packaging & Logistica](#) [Marketing & Eventi](#) [Contatti/Chi siamo](#)



Marketing & Eventi

Roma Bar Show 2026, le novità no & low alcohol in fiera

In un momento complesso per i consumi fuori casa, Roma Bar Show torna alla Nuvola dell'Eur confermando il ruolo guida dell'innovazione nel beverage. Tra ricerca sull'ingrediente, nuovi formati e l'evoluzione naturale della miscelazione verso una maggiore versatilità, ecco alcune delle principali novità al debutto negli stand.

Jessika Pini

13 Settembre 2026 Tempo di lettura: 3 min

[miscelazione, Roma Bar Show 2026](#)

L'industria del beverage e dell'ospitalità si ritrova negli spazi de La Nuvola per un'edizione del Roma Bar Show che darà la misura dello stato di salute e delle prospettive del comparto. In un momento di congiuntura economica che pone molte incertezze sull'ultimo trimestre dell'anno e vede i consumatori costretti a una riorganizzazione della spesa fuoricasa, l'innovazione di prodotto e la formazione si presentano come due driver a supporto del settore.

Dalla miscelazione classica alle nuove opzioni a ridotto o nullo tenore alcolico, ormai integrate nell'offerta quotidiana dei locali per rispondere alle nuove abitudini di fruizione, alcune aziende e distributori approfittano del palcoscenico capitolino per lanciare le referenze destinate ai banchi bar nel prossimo autunno. Vediamone alcune.

LE NOVITÀ E I LANCI IN FIERA

Debutto per **Frutta Frizzante Derby Blue**, la nuova linea di bevande gassate alla frutta in bottiglia di vetro blu da 200 ml sviluppata per il canale Ho.Re.Ca. Formulata in 7 referenze (5 gusti a base frutta e 2 toniche), la gamma si presenta sul mercato attraverso un progetto di consulenza e formazione firmato in collaborazione con **Fiairtender**, scuola di alta formazione beverage di Padova. A curare la prima drink list ufficiale della linea sono stati **Francesco Mortai** - proprietario, socio fondatore di Fiairtender e punto di riferimento nella formazione professionale del settore Bar e Food - insieme a **Carlotta Rizzi**, trainer della scuola. I due professionisti hanno ideato 7 ricette accompagnate da video-tutorial, un percorso che spazia dai grandi classici alcolici della miscelazione come il Paloma (con Pompelmo Rosa Frizzante), il Gin Lemon e il Gin Tonic, fino a reinterpretazioni e twist a basso o nullo tenore alcolico come il Bitter ACE, il Palomananas, l'Apple Mule e l'Aperimela.



Presso lo stand di **OnestiGroup** arrivano due anteprime per rinnovare la proposta per l'aperitivo. Si tratta di **90ML Negroni 0.0%** e **MeMento Red Bitter**. 90ML è un progetto nato dall'hospitality expert Marco Livia che propone un **Negroni ready-to-serve allo 0.0% ABV**, studiato per garantire la complessità aromatica senza voler essere il surrogato analcolico. Il prodotto si presenta nel formato 70 cl per la velocizzazione del servizio al banco e 20 cl (due serving) per minibar e travel.

Accanto alle anteprime ufficiali presentate a Roma, la manifestazione rappresenta la cassa di risonanza ideale per toccare con mano le referenze e i mixer entrati sul mercato nei mesi scorsi reinterpretati al banco dai bartender.

Tassoni valorizza in fiera le sue ultime estensioni di gamma, a partire da **Botanico Superfine Zero**, l'evoluzione analcolica del gin formulata dal mastro erborista aziendale con otto botaniche naturali, e dalla **Tonica Superfine Zero Zuccheri** e **Zero Calorie**. **Galvanina Group** punta invece sulla propria linea di mixer e sodati biologici a catalogo, proponendo ricette pensate per la creazione di cocktail d'autore. Presente anche **Legend Kombucha** con la linea pastorizzata nei gusti Zenzero e Limone e Pesca e Arancia, affiancata da **Aquafir** ai Frutti Rossi.

Il panorama del bere moderato si completa infine con le proposte aperitivo e le bollicine di cantine come **Montelvin**, affiancate dalle linee specializzate distribuite da **Spirits & Colori** come **Sober Spirits** e **Hayman's London Zero**.



ARTICLE MARKETING

Settembre 2026



Comunicati stampa

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



Ti trovi su: [Home](#) » [Weblog](#) » [Eventi, Fiere e Sagre, Varie, Vino](#) » Blog article: **Spirits & Colori** guarda oltre il banco: innovazione, formazione e nuovi consumi al Roma Bar Show | Comunicati stampa

Spirits & Colori guarda oltre il banco: innovazione, formazione e nuovi consumi al Roma Bar Show

3 Settembre 2026 da [Borderline Agency](#)

Alla Nuvola di Roma, dal 14 al 15 settembre, un portafoglio sempre più orientato alle nuove occasioni di consumo. Al centro Hayman's Gin Competition, la mixology firmata Filippo Sisti, i brown spirits e le proposte alcohol-free.

Il mercato degli spirits sta cambiando e, con esso, cambiano anche le esigenze del bar. Per **Spirits & Colori** il prossimo **Roma Bar Show**, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre, rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto un portafoglio di prodotti, ma una precisa idea di distribuzione: selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasformarli in nuove opportunità di consumo. Il cambio di sede e di calendario della manifestazione, spostata a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, permette inoltre a **Spirits & Colori** di presentarsi con un programma più articolato.

Tra gli appuntamenti più significativi ci sarà la **finale della Hayman's Competition**, ospitata direttamente allo stand dell'azienda, insieme alle attività dedicate alla mixology. Protagonista dell'area bar sarà **Filippo Sisti, Mixology Expert di Spirits & Colori** che presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'azienda porta avanti con i propri clienti. L'obiettivo è mostrare concretamente come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità, offrendo ai bartender strumenti per costruire proposte nuove.

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro – spiega **Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori** – perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

Un indicatore concreto del cambiamento arriva dai risultati della prima parte del 2026. **Il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni**, con una crescita complessiva dell'azienda del **+2,5%**. Un dato che evidenzia quanto l'innovazione del portafoglio stia assumendo un peso crescente, non solo per la solidità dei marchi storici, ma anche per la **capacità di individuare nuove proposte e costruire intorno a esse occasioni di consumo**. In questo processo **un ruolo centrale è svolto dalla formazione**. Grazie al lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, **Spirits & Colori** forma oggi **oltre 140 agenti in tutta Italia**, per trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così **uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore**.

Al Roma Bar Show **Spirits & Colori** dedicherà inoltre attenzione ai **brown spirits**, segmento particolarmente interessante in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinamento in botte.

Tra i brand su cui **Spirits & Colori** concentra maggiormente l'attenzione al Roma Bar Show c'è **Hayman's Gin**, distilleria londinese con una storia che affonda le proprie radici nell'Ottocento e che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico. **È proprio il rapporto tra storia e innovazione a rendere Hayman's particolarmente rappresentativo della filosofia di Spirits & Colori**. Accanto ai London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare nuove interpretazioni, dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free. "Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand – sottolinea Gabriele Rondani – una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo". La finale della **Hayman's Competition**, in programma allo stand **Spirits & Colori G01** lunedì alle ore 17, sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.

Per il futuro, il portafoglio sarà oggetto di una selezione sempre più attenta. L'obiettivo non è aumentare indiscriminatamente il numero delle referenze, ma concentrarsi su brand premium, distintivi e coerenti con il posizionamento dell'azienda. "La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza – conclude Rondani –. Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli". Una scelta che comprende anche una rinuncia precisa: **Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi**. Una direzione coerente con la volontà di **mantenere il focus sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti**.

A proposito di **focus**, i banchi di assaggio presidiati dai produttori offriranno un percorso attraverso alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits, tra nuove referenze, interpretazioni contemporanee e prodotti capaci di intercettare l'evoluzione dei gusti e delle occasioni di consumo, spaziando dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove proposte analcoliche. Tra le novità in evidenza ci sarà **Gin District**, con **Navigli**, una nuova proposta che punta sulle note agrumate per costruire un profilo fresco e contemporaneo. Sul fronte tequila sarà invece protagonista **La Cofradia**, mentre **Hayman's Gin** presenterà **London Zero**, gin a **0% di alcol** che si inserisce nel crescente segmento delle alternative alcohol free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica. Il rum sarà rappresentato da realtà di riferimento come **Worthy Park** e **Labourdonnais Rhum**, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Accanto a loro, **Tequila Rose** e **Five Farms** contribuiranno ad ampliare il panorama delle proposte dedicate a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla ricerca sulle botaniche e sulla costruzione aromatica. È il caso di **Opificio Alkemico**, che presenterà **Ginger Roots & Pimento**, nuova referenza della linea Alkemil. Un prodotto dal carattere deciso e avvolgente, nel quale la forza pungente dello zenzero fresco si combina con le note speziate, calde e persistenti del pimento, dando vita a un profilo aromatico intenso e riconoscibile. Il percorso proseguirà nel mondo del whiskey americano con **Rossville Rye** e **Remus Bourbon**, mentre dal Messico arriveranno **Nixta** e **Abasolo**, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese. A completare la panoramica internazionale sarà **Huamani Pisco**, espressione della tradizione sudamericana. Non mancherà infine una rappresentanza del gin italiano con **Vesuvius Magma Gin**, mentre uno spazio specifico sarà dedicato alla **dealcolazione e delle bevande senza alcol** con **Sober Spirits**. Tra le proposte presentate figurano il **Champagne Corentine Breton** e "**Dr. Lo**" di **Dr. Loosen**, innovativo bianco della Mosella che interpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, con una proposta pensata per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico. A completare l'esperienza saranno due aree di degustazione dedicate a **rum e whisky**, pensate per approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni e offrire agli operatori l'opportunità di confrontarsi direttamente con stili, origini e interpretazioni differenti. Non mancheranno le novità presenti anche in altri stand della manifestazione. Tra queste, **Holywater Gin Gold Limited Edition**: la bottiglia dipinta d'oro racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata (edibile) e il classico gin Holywater.

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.



Spirits & Colori guarda oltre il banco: innovazione, formazione e nuovi consumi al Roma Bar Show

Alimentari e Bevande, Comunicati Stampa

Alla Nuvola di Roma, dal 14 al 15 settembre, un portafoglio sempre più orientato alle nuove occasioni di consumo. Al centro Hayman's Gin Competition, la mixology firmata Filippo Sisti, i brown spirits e le proposte alcohol-free

Il mercato degli spirits sta cambiando e, con esso, cambiano anche le esigenze del bar. Per **Spirits & Colori** il prossimo **Roma Bar Show**, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre, rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto un portafoglio di prodotti, ma una precisa idea di distribuzione: selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasformarli in nuove opportunità di consumo. Il cambio di sede e di calendario della manifestazione, spostata a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, permette inoltre a Spirits & Colori di presentarsi con un programma più articolato.

Tra gli appuntamenti più significativi ci sarà la **finale della Hayman's Competition**, ospitata direttamente allo stand dell'azienda, insieme alle attività dedicate alla mixology. Protagonista dell'area bar sarà **Filippo Sisti, Mixology Expert di Spirits & Colori** che presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'azienda porta avanti con i propri clienti. L'obiettivo è mostrare concretamente come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità, offrendo ai bartender strumenti per costruire proposte nuove.

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro – spiega Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori – perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

Un indicatore concreto del cambiamento arriva dai risultati della prima parte del 2026. **Il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni**, con una crescita complessiva dell'azienda del **+2,5%**. Un dato che evidenzia quanto l'innovazione del portafoglio stia assumendo un peso crescente, non solo per la solidità dei marchi storici, ma anche per la **capacità di individuare nuove proposte e costruire intorno a esse occasioni di consumo**. In questo processo **un ruolo centrale è svolto dalla formazione**. Grazie al lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, Spirits & Colori forma oggi **oltre 140 agenti in tutta Italia**, per trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così **uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore**.

Al Roma Bar Show Spirits & Colori dedicherà inoltre attenzione ai **brown spirits**, segmento particolarmente interessante in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinamento in botte.

Tra i brand su cui Spirits & Colori concentra maggiormente l'attenzione al Roma Bar Show c'è **Hayman's Gin**, distilleria londinese con una storia che affonda le proprie radici nell'Ottocento e che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico. **È proprio il rapporto tra storia e innovazione a rendere Hayman's particolarmente rappresentativo della filosofia di Spirits & Colori**. Accanto al London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare nuove interpretazioni, dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free. *"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand – sottolinea Gabriele Rondani – una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo"*. La finale della **Hayman's Competition**, in programma allo stand Spirits & Colori G01 lunedì alle ore 17, sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.

Per il futuro, il portafoglio sarà oggetto di una selezione sempre più attenta. L'obiettivo non è aumentare indiscriminatamente il numero delle referenze, ma concentrarsi su brand premium, distintivi e coerenti con il posizionamento dell'azienda. *"La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza – conclude Rondani –. Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli"*. Una scelta che comprende anche una rinuncia precisa: **Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi**. Una direzione coerente con la volontà di **mantenere il focus sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti**.

A proposito di **focus**, i banchi di assaggio presidiati dai produttori offriranno un percorso attraverso alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits, tra nuove referenze, interpretazioni contemporanee e prodotti capaci di intercettare l'evoluzione dei gusti e delle occasioni di consumo, spaziando dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove proposte analcoliche. Tra le novità in evidenza ci sarà **Gin District**, con **Navigli**, una nuova proposta che punta sulle note agrumate per costruire un profilo fresco e contemporaneo. Sul fronte tequila sarà invece protagonista **La Cofradia**, mentre **Hayman's Gin** presenterà **London Zero**, gin a **0% di alcol** che si inserisce nel crescente segmento delle alternative alcohol free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica. Il rum sarà rappresentato da realtà di riferimento come **Worthy Park** e **Labourdonna's Rhum**, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Accanto a loro, **Tequila Rose** e **Five Farms** contribuiranno ad ampliare il panorama delle proposte dedicate a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla ricerca sulle botaniche e sulla costruzione aromatica. È il caso di **Opificio Alkemico**, che presenterà **Ginger Roots & Pimento**, nuova referenza della linea Alkemil. Un prodotto dal carattere deciso e avvolgente, nel quale la forza pungente dello zenzero fresco si combina con le note speziate, calde e persistenti del pimento, dando vita a un profilo aromatico intenso e riconoscibile. Il percorso proseguirà nel mondo del whiskey americano con **Rossville Rye** e **Remus Bourbon**, mentre dal Messico arriveranno **Nixta** e **Abasolo**, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese. A completare la panoramica internazionale sarà **Huamani Pisco**, espressione della tradizione sudamericana. Non mancherà infine una rappresentanza del gin italiano con **Vesuvius Magma Gin**, mentre uno spazio specifico sarà dedicato alla **dealcolazione e delle bevande senza alcol** con **Sober Spirits**. Tra le proposte presentate figurano il **Champagne Corentine Breton** e **"Dr. Lo" di Dr. Loosen**, innovativo bianco della Mosella che interpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, con una proposta pensata per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico. A completare l'esperienza saranno due aree di degustazione dedicate a **rum e whisky**, pensate per approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni e offrire agli operatori l'opportunità di confrontarsi direttamente con stili, origini e interpretazioni differenti. Non mancheranno le novità presenti anche in altri stand della manifestazione. Tra queste, **Holywater Gin Gold Limited Edition**: la bottiglia dipinta d'oro racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata (edibile) e il classico gin Holywater.

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.



intopic
il panorama informativo italiano

Home cronaca italia economia estero salute sport tecnologia tv motori moda Al

Spirits & Colori guarda oltre il banco: innovazione, formazione e nuovi consumi al Roma Bar Show

Pubblicata da: **Borderline**



Alla Nuvola di Roma, dal 14 al 15 settembre, un portafoglio sempre più orientato alle nuove occasioni di consumo. Al centro Hayman's Gin Competition, la mixology firmata Filippo Sisti, i brown spirits e le proposte alcohol-free

Il mercato degli spirits sta cambiando e, con esso, cambiano anche le esigenze del bar. Per Spirits & Colori il prossimo Roma Bar Show, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre, rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto un portafoglio di prodotti, ma una precisa idea di

distribuzione: selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasformarli in nuove opportunità di consumo. Il cambio di sede e di calendario della manifestazione, spostata a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, permette inoltre a Spirits & Colori di presentarsi con un programma più articolato.

Tra gli appuntamenti più significativi ci sarà la finale della Hayman's Competition, ospitata direttamente allo stand dell'azienda, insieme alle attività dedicate alla mixology. Protagonista dell'area bar sarà Filippo Sisti, Mixology Expert di Spirits & Colori che presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'azienda porta avanti con i propri clienti. L'obiettivo è mostrare concretamente come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità, offrendo ai bartender strumenti per costruire proposte nuove.

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro - spiega Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori - perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

Un indicatore concreto del cambiamento arriva dai risultati della prima parte del 2026. Il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni, con una crescita complessiva dell'azienda del +2,5%. Un dato che evidenzia quanto l'innovazione del portafoglio stia assumendo un peso crescente, non solo per la solidità dei marchi storici, ma anche per la capacità di individuare nuove proposte e costruire intorno a esse occasioni di consumo. In questo processo un ruolo centrale è svolto dalla formazione. Grazie al lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, Spirits & Colori forma oggi oltre 140 agenti in tutta Italia, per trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore.

Al Roma Bar Show Spirits & Colori dedicherà inoltre attenzione ai brown spirits, segmento particolarmente interessante in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinità in botte.

Tra i brand su cui Spirits & Colori concentra maggiormente l'attenzione al Roma Bar Show c'è Hayman's Gin, distilleria londinese con una storia che affonda le proprie radici nell'Ottocento e che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico. È proprio il rapporto tra storia e innovazione a rendere Hayman's particolarmente rappresentativo della filosofia di Spirits & Colori. Accanto ai London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare nuove interpretazioni, dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free. *"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand - sottolinea Gabriele Rondani - una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo".* La finale della Hayman's Competition, in programma allo stand Spirits & Colori G01 lunedì alle ore 17, sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.

Per il futuro, il portafoglio sarà oggetto di una selezione sempre più attenta. L'obiettivo non è aumentare indiscriminatamente il numero delle referenze, ma concentrarsi su brand premium, distintivi e coerenti con il posizionamento dell'azienda. *"La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza - conclude Rondani - Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli".* Una scelta che comprende anche una rinuncia precisa: Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi. Una direzione coerente con la volontà di mantenere il focus sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti.

A proposito di focus, i banchi di assaggio presidiati dai produttori offriranno un percorso attraverso alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits, tra nuove referenze, interpretazioni contemporanee e prodotti capaci di intercettare l'evoluzione dei gusti e delle occasioni di consumo, spaziando dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove proposte analcoliche. Tra le novità in evidenza ci sarà Gin District, con Navigli, una nuova proposta che punta sulle note agrumate per costruire un profilo fresco e contemporaneo. Sul fronte tequila sarà invece protagonista La Cofradia, mentre Hayman's Gin presenterà London Zero, gin a 0% di alcol che si inserisce nel crescente segmento delle alternative alcohol free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica. Il rum sarà rappresentato da realtà di riferimento come Worthy Park e Labouddonnais Rhum, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Accanto a loro, Tequila Rose e Five Farms contribuiranno ad ampliare il panorama delle proposte dedicate a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla ricerca sulle botaniche e sulla costruzione aromatica. È il caso di Opificio Alkemico, che presenterà Ginger Roots & Pimento, nuova referenza della linea Alkemil. Un prodotto dal carattere deciso e avvolgente, nel quale la forza pungente dello zenzero fresco si combina con le note spezziate, calde e persistenti del pimento, dando vita a un profilo aromatico intenso e riconoscibile. Il percorso proseguirà nel mondo del whiskey americano con Rossville Rye e Remus Bourbon, mentre dal Messico arriveranno Nixta e Abasolo, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese. A completare la panoramica internazionale sarà Huamani Pisco, espressione della tradizione sudamericana. Non mancherà infine una rappresentanza del gin italiano con Vesuvius Magma Gin, mentre uno spazio specifico sarà dedicato alla dealcolazione e delle bevande senza alcol con Sober Spirits. Tra le proposte presentate figurano il Champagne Corentine Breton e "Dr. Lo" di Dr. Loosen, innovativo bianco della Mosella che interpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, con una proposta pensata per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico. A completare l'esperienza saranno due aree di degustazione dedicate a rum e whisky, pensate per approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni e offrire agli operatori l'opportunità di confrontarsi direttamente con stili, origini e interpretazioni differenti. Non mancheranno le novità presenti anche in altri stand della manifestazione. Tra queste, Holywater Gin Gold Limited Edition: la bottiglia dipinta d'oro racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata (edibile) e il classico gin Holywater.

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.



Spirits & Colori guarda oltre il banco: innovazione, formazione e nuovi consumi al Roma Bar Show

Alla Nuvola di Roma, dal 14 al 15 settembre, un portafoglio sempre più orientato alle nuove occasioni di consumo. Al centro Hayman's Gin Competition, la mixology firmata Filippo Sisti, i brown spirits e le proposte alcohol-free

Reggio Emilia, 03/09/2026 (informazione.news - comunicati stampa - fiere ed eventi)

Il mercato degli spirits sta cambiando e, con esso, cambiano anche le esigenze del bar. Per Spirits & Colori il prossimo Roma Bar Show, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre, rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto un portafoglio di prodotti, ma una precisa idea di distribuzione: selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasformarli in nuove opportunità di consumo. Il cambio di sede e di calendario della manifestazione, spostata a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, permette inoltre a Spirits & Colori di presentarsi con un programma più articolato.

Tra gli appuntamenti più significativi ci sarà la finale della Hayman's Competition, ospitata direttamente allo stand dell'azienda, insieme alle attività dedicate alla mixology. Protagonista dell'area bar sarà Filippo Sisti, Mixology Expert di Spirits & Colori che presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'azienda porta avanti con i propri clienti. L'obiettivo è mostrare concretamente come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità, offrendo ai bartender strumenti per costruire proposte nuove.

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro - spiega Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori - perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

Un indicatore concreto del cambiamento arriva dai risultati della prima parte del 2026. Il 45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni, con una crescita complessiva dell'azienda del +2,5%. Un dato che evidenzia quanto l'innovazione del portafoglio stia assumendo un peso crescente, non solo per la solidità dei marchi storici, ma anche per la capacità di individuare nuove proposte e costruire intorno a esse occasioni di consumo. In questo processo un ruolo centrale è svolto dalla formazione. Grazie al lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, Spirits & Colori forma oggi oltre 140 agenti in tutta Italia, per trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore.

Al Roma Bar Show Spirits & Colori dedicherà inoltre attenzione ai brown spirits, segmento particolarmente interessante in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinamento in botte.

Tra i brand su cui Spirits & Colori concentra maggiormente l'attenzione al Roma Bar Show c'è Hayman's Gin, distilleria londinese con una storia che affonda le proprie radici nell'Ottocento e che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico. È proprio il rapporto tra storia e innovazione a rendere Hayman's particolarmente rappresentativo della filosofia di Spirits & Colori. Accanto ai London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare nuove interpretazioni, dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free. *"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand - sottolinea Gabriele Rondani - una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo".* La finale della Hayman's Competition, in programma allo stand Spirits & Colori G01 lunedì alle ore 17, sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.



Per il futuro, il portafoglio sarà oggetto di una selezione sempre più attenta. L'obiettivo non è aumentare indiscriminatamente il numero delle referenze, ma concentrarsi su brand premium, distintivi e coerenti con il posizionamento dell'azienda. *"La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza - conclude Rondani -. Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli".* Una scelta che comprende anche una rinuncia precisa: Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi. Una direzione coerente con la volontà di mantenere il focus sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti.

A proposito di focus, i banchi di assaggio presidiati dai produttori offriranno un percorso attraverso alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits, tra nuove referenze, interpretazioni contemporanee e prodotti capaci di intercettare l'evoluzione dei gusti e delle occasioni di consumo, spaziando dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove proposte analcoliche. Tra le novità in evidenza ci sarà Gin District, con Navigli, una nuova proposta che punta sulle note agrumate per costruire un profilo fresco e contemporaneo. Sul fronte tequila sarà invece protagonista La Cofradia, mentre Hayman's Gin presenterà London Zero, gin a 0% di alcol che si inserisce nel crescente segmento delle alternative alcohol free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica. Il rum sarà rappresentato da realtà di riferimento come Worthy Park e Labouredonnais Rhum, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Accanto a loro, Tequila Rose e Five Farms contribuiranno ad ampliare il panorama delle proposte dedicate a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla ricerca sulle botaniche e sulla costruzione aromatica. È il caso di Opificio Alkemico, che presenterà Ginger Roots & Pimento, nuova referenza della linea Alkemil. Un prodotto dal carattere deciso e avvolgente, nel quale la forza pungente dello zenzero fresco si combina con le note speziate, calde e persistenti del pimento, dando vita a un profilo aromatico intenso e riconoscibile. Il percorso proseguirà nel mondo del whiskey americano con Rossville Rye e Remus Bourbon, mentre dal Messico arriveranno Nixta e Abasolo, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese. A completare la panoramica internazionale sarà Huamani Pisco, espressione della tradizione sudamericana. Non mancherà infine una rappresentanza del gin italiano con Vesuvius Magma Gin, mentre uno spazio specifico sarà dedicato alla dealcolazione e delle bevande senza alcol con Sober Spirits. Tra le proposte presentate figurano il Champagne Corentine Breton e "Dr. Lo" di Dr. Loosen, innovativo bianco della Mosella che interpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, con una proposta pensata per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico. A completare l'esperienza saranno due aree di degustazione dedicate a rum e whisky, pensate per approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni e offrire agli operatori l'opportunità di confrontarsi direttamente con stili, origini e interpretazioni differenti. Non mancheranno le novità presenti anche in altri stand della manifestazione. Tra queste, Holywater Gin Gold Limited Edition: la bottiglia dipinta d'oro racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata (edibile) e il classico gin Holywater.

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

Spirits & Colori al Roma Bar Show: innovazione, formazione e nuovi consumi

di Borderline Agency // Pubblicato in Comunicati generici / Fiere ed Eventi / Prodotti //
Aggiornato Settembre 3, 2026 // 7 minuti di lettura

Alla Nuvola di Roma, dal 14 al 15 settembre, un portafoglio sempre più orientato alle nuove occasioni di consumo. Al centro Hayman's Gin Competition, la mixology firmata Filippo Sisti, i brown spirits e le proposte alcohol-free

Il mercato degli spirits sta cambiando e, con esso, cambiano anche le esigenze del bar. Per **Spirits & Colori** il prossimo **Roma Bar Show**, in programma alla Nuvola il 14 e 15 settembre, rappresenta l'occasione per raccontare non soltanto un portafoglio di prodotti, ma una precisa idea di distribuzione: selezionare brand capaci di distinguersi, accompagnarne la crescita attraverso la formazione e aiutare il cliente a trasformarli in nuove opportunità di consumo. Il cambio di sede e di calendario della manifestazione, spostata a settembre rispetto all'appuntamento di maggio 2025 al Palazzo dei Congressi, permette inoltre a **Spirits & Colori** di presentarsi con un programma più articolato.

Tra gli appuntamenti più significativi ci sarà la **finale della Hayman's Competition**, ospitata direttamente allo stand dell'azienda, insieme alle attività dedicate alla mixology. Protagonista dell'area bar sarà **Filippo Sisti, Mixology Expert di Spirits & Colori** che presenterà una selezione di cocktail sviluppati nell'ambito del lavoro di consulenza che l'azienda porta avanti con i propri clienti. L'obiettivo è mostrare concretamente come i distillati possano essere utilizzati in miscelazione, valorizzandone caratteristiche e identità, offrendo ai bartender strumenti per costruire proposte nuove.

"La formazione è diventata una parte sempre più importante del nostro lavoro – spiega Gabriele Rondani, Direttore Commerciale e Marketing di Spirits & Colori – perché un nuovo prodotto ha valore per il mercato quando chi lo propone al consumatore sa anche raccontarlo e utilizzarlo. Per questo affianchiamo alla selezione dei brand un'attività sempre più strutturata di formazione e consulenza".

Un indicatore concreto del cambiamento arriva dai risultati della prima parte del 2026. Il **45% del fatturato realizzato nell'anno proviene da brand lanciati negli ultimi due anni**, con una crescita complessiva dell'azienda del **+2,5%**. Un dato che evidenzia quanto l'innovazione del portafoglio stia assumendo un peso crescente, non solo per la solidità dei marchi storici, ma anche per la **capacità di individuare nuove proposte e costruire intorno a esse occasioni di consumo**. In questo processo un ruolo centrale è svolto dalla **formazione**. Grazie al lavoro di Filippo Sisti e degli area manager, **Spirits & Colori** forma oggi **oltre 140 agenti in tutta Italia**, per trasferire competenze sull'utilizzo dei prodotti e sulle possibilità offerte dalle diverse referenze. La selezione e il lancio di nuovi brand diventano così **uno dei motori attraverso cui costruire crescita e valore**.

Al Roma Bar Show **Spirits & Colori** dedicherà inoltre attenzione ai **brown spirits**, segmento particolarmente interessante in vista della parte finale dell'anno, tradizionalmente più favorevole ai consumi di whisky, rum e delle altre referenze con affinamento in botte.

Tra i brand su cui **Spirits & Colori** concentra maggiormente l'attenzione al Roma Bar Show c'è **Hayman's Gin**, distilleria londinese con una storia che affonda le proprie radici nell'Ottocento e che ha avuto un ruolo nella riscoperta e nell'evoluzione della tradizione del gin britannico. **È proprio il rapporto tra storia e innovazione a rendere Hayman's particolarmente rappresentativo della filosofia di Spirits & Colori**. Accanto ai London Dry della tradizione, la distilleria continua infatti a sviluppare nuove interpretazioni, dal Peach & Rose Cup allo Small Gin, fino alle più recenti proposte alcohol-free. *"Hayman's rappresenta bene quello che cerchiamo in un brand –*

sottolinea Gabriele Rondani – una storia importante e la capacità di continuare a innovare. È un marchio che non vive di nostalgia e che dimostra come la tradizione possa essere un punto di partenza, non un punto di arrivo". La finale della **Hayman's Competition**, in programma allo stand **Spirits & Colori G01** lunedì alle ore 17, sarà quindi uno degli appuntamenti più importanti del Bar Show.

Per il futuro, il portafoglio sarà oggetto di una selezione sempre più attenta. L'obiettivo non è aumentare indiscriminatamente il numero delle referenze, ma concentrarsi su brand premium, distintivi e coerenti con il posizionamento dell'azienda. *"La dimensione del catalogo non è più il principale indicatore di forza – conclude Rondani –. Vogliamo che conti sempre di più la qualità della selezione. Per questo continueremo a investire sui brand capaci di portare valore e su tutto ciò che permette alla nostra rete e ai nostri clienti di comprenderli e valorizzarli".* Una scelta che comprende anche una rinuncia precisa: **Spirits & Colori non investirà in una competizione basata esclusivamente sul prezzo e sui grandi volumi**. Una direzione coerente con la volontà di **mantenere il focus sul canale professionale e sulla costruzione di valore intorno ai brand distribuiti**.

A proposito di **focus**, i banchi di assaggio presidiati dai produttori offriranno un percorso attraverso alcune delle espressioni più interessanti e innovative del mondo degli spirits, tra nuove referenze, interpretazioni contemporanee e prodotti capaci di intercettare l'evoluzione dei gusti e delle occasioni di consumo, spaziando dal gin al rum, dal tequila al whisky, fino al pisco e alle nuove proposte analcoliche. Tra le novità in evidenza ci sarà **Gin District**, con **Navigli**, una nuova proposta che punta sulle note agrumate per costruire un profilo fresco e contemporaneo. Sul fronte tequila sarà invece protagonista **La Cofradia**, mentre **Hayman's Gin** presenterà **London Zero**, gin a **0% di alcol** che si inserisce nel crescente segmento delle alternative alcohol free, sempre più attente alla qualità e alla complessità aromatica. Il rum sarà rappresentato da realtà di riferimento come **Worthy Park** e **Labourdonnais Rhum**, quest'ultimo con una nuova veste grafica e alcune novità di gamma. Accanto a loro, **Tequila Rose** e **Five Farms** contribuiranno ad ampliare il panorama delle proposte dedicate a un pubblico alla ricerca di prodotti distintivi e nuove modalità di consumo. Particolare attenzione sarà dedicata anche alla ricerca sulle botaniche e sulla costruzione aromatica. È il caso di **Opificio Alkemico**, che presenterà **Ginger Roots & Pimento**, nuova referenza della linea Alkemil. Un prodotto dal carattere deciso e avvolgente, nel quale la forza pungente dello zenzero fresco si combina con le note speziate, calde e persistenti del pimento, dando vita a un profilo aromatico intenso e riconoscibile. Il percorso proseguirà nel mondo del whiskey americano con **Rossville Rye** e **Remus Bourbon**, mentre dal Messico arriveranno **Nixta** e **Abasolo**, espressioni che valorizzano ingredienti, materie prime e tradizioni profondamente radicate nella cultura del Paese. A completare la panoramica internazionale sarà **Huamani Pisco**, espressione della tradizione sudamericana. Non mancherà infine una rappresentanza del gin italiano con **Vesuvius Magma Gin**, mentre uno spazio specifico sarà dedicato alla **dealcolazione e delle bevande senza alcol** con **Sober Spirits**. Tra le proposte presentate figurano il **Champagne Corentine Breton** e **"Dr. Lo"** di **Dr. Loosen**, innovativo bianco della Mosella che interpreta la tradizione del Riesling tedesco in chiave analcolica, con una proposta pensata per offrire versatilità e complessità anche al di fuori del consumo alcolico. A completare l'esperienza saranno due aree di degustazione dedicate a **rum e whisky**, pensate per approfondire le caratteristiche delle diverse produzioni e offrire agli operatori l'opportunità di confrontarsi direttamente con stili, origini e interpretazioni differenti. Non mancheranno le novità presenti anche in altri stand della manifestazione. Tra queste, **Holywater Gin Gold Limited Edition**: la bottiglia dipinta d'oro racchiude una foglia d'oro 24 carati sminuzzata (edibile) e il classico gin Holywater.

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.



BORDERLINE Srl

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