BarTales

ANNO XIV | N. 3 | NOVEMBRE 2026



TREND
NUOVE ESPERIENZE DI GUSTO

REPORT
L'ILLUSIONE DELLA COMPETENZA

ZOOM
SPECIAL CLUB

LIQUID STORY
NEL CUORE DELLO SPEYSIDE



NUOVE ESPERIENZE DI GUSTO

Pasta 3D, mix&coffee, liquori naturali Le novità della kermesse romana

DI **ALESSANDRO PALANCA**

Molto ricca di novità, l'edizione 2026 di Roma Bar Show non ha deluso le aspettative dei tanti visitatori, bartender e buyers esteri. Oltre l'area Future Drinking dedicata al bere Low/No alcol, particolare attenzione ha suscitato la presenza di marchi che, pur radicati nella gastronomia, sempre più intercettano la mixology come partner ideale per nuove esperienze di gusto e consumo. Tra questi Artisia by Barilla e il Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena.

Estremamente interessante è stata la presenza del Consorzio Nazionale Grappa che ha riunito molti distillatori del nobile spirito italiano per la prima edizione degli Stati Generali della Grappa di cui vi parliamo a parte.

«Roma Bar Show dimostra di essere una fiera che genera un valore economico che premia gli imprenditori e i produttori italiani», ha sottolineato Francesco Lollobrigida, ministro dell'agricoltura, della sovranità alimentare e delle foreste. Complimenti anche da Matteo Zoppas – Presidente ICE – Agenzia. «Avete creato un brand – ha evidenziato durante la kermesse – un marchio che è diventato un punto di riferimento forte e importante». «Una



manifestazione che, giunta alla sesta edizione, si è affermata tra gli appuntamenti più significativi del panorama italiano dedicati alla bar industry», ha aggiunto Micaela Pallini Past President Federvini.

Un evento dedicato alla convivialità e alla condivisione, che pone in primo piano la formazione e la premiazione di nuovi talenti nel bar industry, una pratica di cui l'Italia può considerarsi grande interprete, fondata sulla capacità di creare occasioni di incontro, condivisione e gioia di stare insieme, elemento distintivo della nostra cultura sociale. Si tratta di un contesto tutt'altro che trascurabile per il settore degli spirits, il cui consumo trova nel fuoricasa uno spazio privilegiato, accompagnando occasioni speciali, momenti di svago e il piacere di stare insieme.

Nelle pagine che seguono alcune delle novità viste all'evento.

ARTISIA



Il brand di pasta stampata in 3D che trasforma la pasta in un linguaggio artistico e multisensoriale, immaginato sia per l'alta ristorazione, sia per food lovers alla ricerca di esperienze gastronomiche uniche e memorabili, dall'aperitivo creativo al fine dining fino alle occasioni speciali da vivere e condividere a casa. Artisia è un progetto che ridefinisce l'esperienza della pasta attraverso l'incontro tra tradizione culinaria italiana, design contemporaneo e innovazione tecnologica. Forme futuristiche, compattezza incredibile, fascino della miniatura, sculture di cibo che si mangiano in un boccone come un finger food. Il loro ricercato abbinamento con i drink rappresenta un esercizio di stile e di creatività, equilibrio ed eleganza.







COMPAGNIA DEI CARAIBI

Presenza diffusa per uno dei protagonisti del principale appuntamento italiano dedicato alla bar industry. Compagnia dei Caraibi ha presentato “Il Bar Italiano”, uno spazio che ha celebrato la cultura dell’aperitivo e la liquoristica italiane. I brand Carlo Alberto e Bitter Rouge hanno scelto Roma Bar Show per presentare il restyling di entrambe le gamme. Vecchio Magazzino Doganale era presente con le referenze Roger, Madame Milù, Washington, Giocondo, Amaretto Club e Dog Nose. Con 1895 Coffee Designers by Lavazza è stata sviluppata una drink

list esclusiva insieme a Carlo Alberto e Match Tonic Water, confermando il dialogo sempre più stretto tra mixology – con focus low-alcol – e cultura del caffè.

Le Agavi di Compagnia dei Caraibi hanno avuto uno spazio pensato per favorire confronto, approfondimento e networking attraverso un programma di masterclass a numero chiuso (8 posti) dal titolo "Historias que venden. Dal territorio al bancone: come trasformare una storia in una vendita". Maison Ferrand era presente con uno spazio interamente dedicato al progetto EcoPouch, il formato sostenibile da 2,8 litri sviluppato per il canale professionale. Spazio al Rum e allo Shochu giapponese. Ron Tepuy, il nuovo Rum premium venezuelano era presente con le referenze Monumento e Destino, con finiture in botti di Sherry e Amontillado. Accanto a questa novità, lo stand Iichiko ha accompagnato bartender e operatori alla scoperta dello Shochu giapponese, una categoria ancora poco conosciuta in Italia, ma sempre più interessante per la mixology contemporanea.

Marco Canova – ABM: «Roma Bar Show 2026 ha compiuto un ulteriore salto di qualità. La nuova struttura si è rivelata estremamente professionale, ordinata e visivamente attraente, offrendo a espositori e visitatori un ambiente funzionale e coinvolgente. È una manifestazione che continua a crescere e che rappresenta sempre più un punto di riferimento per l'intera bar industry internazionale. American Beverage Marketers, attraverso il proprio distributore italiano Compagnia dei Caraibi, ha scelto Roma Bar Show per presentare alcune delle sue novità più innovative. Tra queste, Reàl Rich Caramel, Dark Chocolate e Dragon Fruit, insieme all'intera gamma Finest Call Mixer, brand leader mondiale che sta riscuotendo un altro straordinario anno di successo».



CONSORZIO TUTELA ACETO BALSAMICO DI MODENA

Un incontro consolidato con la mixology contemporanea. L'Aceto Balsamico di Modena IGP è ormai entrato a pieno titolo nel linguaggio della mixology contemporanea. La sua presenza nei cocktail bar e nelle creazioni dei bartender testimonia un incontro sempre più consolidato tra cultura gastronomica italiana e mondo



del beverage. La masterclass “Beyond the Drop: Aceto Balsamico di Modena IGP in Mixology”, condotta con la bar manager Elisa Favaron, ha sintetizzato come l’acidità, le note agrodolci e la complessità aromatica del nobile prodotto permettono di intervenire sull’equilibrio e sulla struttura di cocktail e mocktail, creando contrasti e armonie.

«L’utilizzo dell’Aceto Balsamico di Modena IGP nella mixology non è più una curiosità, ma una realtà consolidata, che testimonia la grande versatilità di questo prodotto. I bartender ne hanno riconosciuto le caratteristiche e lo utilizzano oggi come vero strumento di equilibrio, capace di aggiungere struttura, profondità e complessità aromatica. È un’evoluzione che ci interessa particolarmente perché mostra come un prodotto profondamente legato alla tradizione gastronomica italiana possa continuare a esprimersi attraverso linguaggi contemporanei, mantenendo intatta la propria identità», ha dichiarato **Cesare Mazzetti**, Presidente del Consorzio Tutela Aceto Balsamico di Modena.

Roma Bar Show ha rappresentato il contesto ideale per raccontare questa



evoluzione e la capacità di attraversare linguaggi diversi e trovare nuovi spazi di espressione. La mixology diventa così un ulteriore terreno di valorizzazione per un prodotto profondamente radicato nella tradizione, ma capace di trovare nuove forme di interpretazione nella cultura gastronomica contemporanea.

DISTILLERIA VARNELLI

Fondata quasi 160 anni fa da Girolamo Varnelli ai piedi dei Monti Sibillini, la Distilleria Varnelli di Pievebovigliana (Marche) è un'antica casa liquoristica come testimonia la Lic. UTIF N°1 di cui si fregia. Attraverso quattro generazioni di erboristi ha mantenuto fino a oggi, con scrupolosa professionalità, i tradizionali metodi di lavorazione e la segretezza delle ricette che garantiscono l'alto standard dei suoi iconici prodotti apprezzati per la loro qualità da ristoratori e bartender di tutto il mondo.

Simonetta Varnelli: «L'Evento si è svolto in un periodo in cui molti bartender e proprietari dei locali erano tutti ancora in stagione e l'impressione è stata che ci fossero meno visitatori. Molto imponente lo spazio della Regione Lazio, più sacrificata la zona dedicata ai piccoli produttori. Ampia e ben strutturata l'area lounge. Ho notato che quest'anno si è arrivati fino alla fine con ordine e tutti al proprio posto, mentre negli anni precedenti a una certa ora iniziava il disimpegno. Ottimo come sempre il servizio agli espositori sia nei mesi precedenti che durante lo svolgimento. Sono piaciuti molto i bicchieri personalizzati RBS. Simpatico e gradito il pannetto in microfibra personalizzato RBS 2026».





DISTILLERING

Sorbole è il primo bitter al limone ideato da Giovanni Ceccarelli, fondatore della microdistilleria artigianale Distillering. Il nome richiama la celebre esclamazione bolognese e rende omaggio alla città in cui viene realizzato. Naturalmente giallo e senza coloranti, Sorbole ha una gradazione alcolica del 17% vol. Al limone si af-



fiancano bergamotto, eucalipto, ginepro, rabarbaro e zenzero, che contribuiscono a un profilo aromatico articolato e a un finale piacevolmente amaricante. Una ricetta che combina il carattere agrumato con una dolcezza calibrata per l'utilizzo nei cocktail.

Aperitivo Fumagalli e Zerogalli nascono dall'incontro tra Giovanni Ceccarelli, Edoardo Nono del Rita Cocktails e la famiglia Vita, produttrice di liquori. Fumagalli, con una gradazione dell'11% vol. e un colore aranciato, combina mandarino verde, chinotto, bergamotto e arancia amara con una struttura botanica di rabarbaro e genziana. La dolcezza iniziale lascia spazio a un finale erbaceo, completato da genzianella, fiori di sambuco e ginepro. Zerogalli riprende il profilo botanico di Fumagalli in una proposta analcolica. La presenza di vino dealcolato conferisce freschezza, acidità e pienezza al palato, accompagnate da un finale ricco e amaricante. Due prodotti complementari, accomunati dalla ricerca di equilibrio e da un'identità aromatica riconoscibile.



Giovanni Ceccarelli: «La nuova location ha reso l'evento più professionale. Il pubblico di quest'anno era più interessato e si sono sviluppati molti contatti. La presenza di buyer esteri è molto promettente e confidiamo in un aumento di queste presenze comprese quelle dei distributori italiani».

DORAGROSSA

La casa torinese ha presentato a Roma Bar Show 2026 i nuovi Vermouth di Torino IGP Rosso Superiore con Barbaresco DOCG e il Vermouth di Torino IGP Rosso Superiore con Barolo DOCG. Con questo doppio lancio, la casa torinese riafferma il proprio legame indissolubile con la tradizione e la storia della liquoristica piemontese e con il disciplinare dell'Indicazione Geografica Protetta. I due nuovi Vermouth di Torino IGP Rosso Superiore vanno ad arricchire la Collezione "Torino" firmata Doragrossa – affiancan-



do prodotti come il Vermouth di Torino Rosso IGP, l'Amaro di Torino, il Rosolio, l'Elixir Rabarbaro&Menta e il liquore alla Menta di Pancalieri – consolidando il posizionamento del brand tra le espressioni più autentiche del Made in Italy di alta gamma.

L'impiego del Barbaresco DOCG 2023 e del Barolo DOCG 2021, uniti al Nebbiolo d'Alba DOC 2024, donano a questi due Vermouth Superiore una complessità aromatica e una trama tannica senza eguali. Sono creazioni nate per chi desidera una degustazione raffinata in purezza e per i bartender d'eccellenza che cercano carattere e personalità nella miscelazione classica e nei loro cocktail firma.

Fabio Massazza: «Come esperienza è stata molto positiva. Belli gli spazi e la logistica, importante la presenza di buyer stranieri per gli espositori. Il bilancio è certamente positivo».

FUSETTI



苦い乾杯 è il primo bitter italo-giapponese al mondo. Nasce dall'incontro tra la tradizione italiana del bitter e l'eredità giapponese dell'umeshu, arricchito dalla foglia di shiso, una botanica autenticamente asiatica. Questa limited edition abbraccia il concetto di fusione nel suo significato più autentico: non come semplice unione di ingredienti, ma come dialogo equilibrato tra due tradizioni, due sensibilità e due modi distinti di vivere il gusto.

Il nome di questa Limited Edition parla direttamente dell'identità del prodotto: Bitter (苦い) + Kanpai (乾杯) = un brindisi amaro! Fedele alla personalità del brand, il nome mantiene il tono distintivo di Fusetti: ironico, irriverente e sofisticato, diventando allo stesso tempo un'espressione chiara e immediata del prodotto stesso.

Flavio Angiolillo: «Rispetto all'edizione 2026 ho riscontrato più facilità circa i servizi della nuova sede, più grande, attrezzata e fieristica. Siamo molto contenti per l'interesse dei visitatori verso i nostri prodotti, certamente maggiore rispetto



all'anno scorso. Molto interessante la lounge Future Drinking che intercetta il trend dello 0 alcol. I piccoli espositori meriterebbero una maggiore attenzione. Un altro dato importante è stato il livello professionale dei visitatori».

GAMONDI

Fondato nel lontano 1890 dall'intraprendente ventiduenne Carlo Gamondi che iniziò la sua avventura imprenditoriale aprendo una sua attività ad Acqui, in provincia di Alessandria, e lanciando con grande successo l'Amaro Gamondi. Oggi di proprietà delle Cantine Toso, Gamondi era presente a Roma Bar Show 26 con la sua linea composta da Bitter, Vermouth e Aperitivi. Nel banco bar del suo elegante stand si sono alternati affermati bartender che presentavano le loro ricette.

Alessandro Toso: «Per noi di Gamondi Roma Bar Show è, come ogni anno, un appuntamento molto importante, anche per la forte presenza che abbiamo su Roma. La nuova location ha dato ancora più valore all'evento, creando un'atmosfera dinamica e accogliente. Quest'anno, inoltre, abbiamo avuto il piacere di incontrare anche diversi operatori e clienti esteri, rendendo l'esperienza ancora più interessante».

GRUPPO CAFFO 1915

La presenza del dinamico gruppo calabrese è stata costruita attorno a due protagonisti della miscelazione: Vecchio Amaro del Capo, con la terza edizione della Capo Cocktail Competition, e Cinzano con i Vermouth e gli spumanti. Cinzano ha portato al Roma Bar Show il mondo dei suoi Vermouth, dalla linea classica a Cinzano 1757 Vermouth di Torino, protagonisti al banco attraverso drink e grandi classici della miscelazione. Tra le novità presentate, la nuova confezione di Cinzano 1757 Vermouth di Torino, espressione top di gamma della Maison.

Al banco, Cinzano Rosso è stato protagonista del 70/30, aperitivo molto diffuso in Sud America che unisce 70% di Cinzano Vermouth Rosso e 30% di soda, serviti con ghiaccio e una fetta d'arancia; oltre a essere ingrediente storico dei grandi classici dell'aperitivo italiano, dall'Americano



al Negroni fino al Negroni Sbagliato.

Accanto alla mixology, il nuovo corso Cinzano valorizza anche l'anima spumantistica del marchio. Da alcuni mesi è tornato sul mercato Principe di Piemonte Alta Langa DOCG, Metodo Classico di casa Cinzano e Asti Cinzano Rosé DOCG, uno spumante pensato per l'aperitivo e per occasioni di consumo più contemporanee.

Sul fronte Ready to Serve, accanto alle consolidate proposte pronte all'uso di Capo Tonic e Capo Arrabbiato, il Gruppo rilancia Cinzano Bitter Soda, un aperitivo 8,5% vol. a base vino, già pronto da servire, nato oltre settant'anni fa, anticipatore della cultura dello spritz e dei moderni ready to drink.



Sebastiano Caffo – Caffo 1915: «Roma Bar Show si conferma come evento di riferimento per il settore. In particolare quest'anno ha fatto un ulteriore salto di qualità, non solo per la nuova location, ma anche per la collaborazione con ICE che ha portato il valore aggiunto di apri-

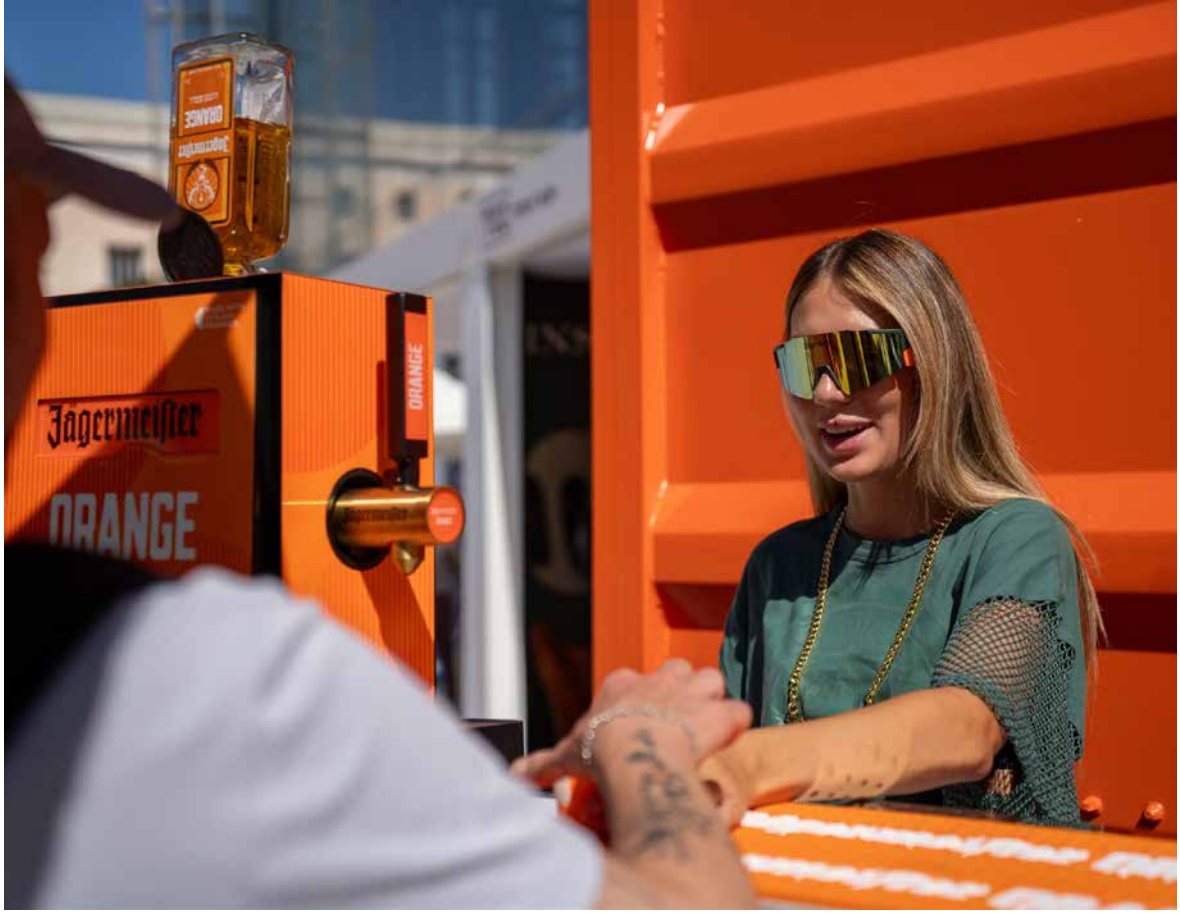


re l'evento verso il mondo, contribuendo a cavalcare l'ambizione di far diventare l'appuntamento italiano un riferimento centrale in Europa. Noi produttori stiamo puntando molto su questa manifestazione, non solo per il mondo della mixology ma per promuovere nell'horeca gli spiriti italiani, in un momento particolare per i consumi. A riprova di ciò, il Consorzio Nazionale Grappa ha scelto Roma Bar Show per i primi "Stati Generali della Grappa" ai quali hanno partecipato i principali produttori dell'acquavite di bandiera, per farne partire da qui il futuro».

Virginia Barberini – Stock Italia: «Quest'anno Stock ha partecipato al Roma Bar Show con uno stand dedicato a Keglevich e al progetto Keglevip. Personalmente ho trovato l'evento molto ben organizzato, con un'ottima affluenza di professionisti del settore e numerose opportunità di networking. La nuova location ha valorizzato ulteriormente la manifestazione, offrendo una cornice moderna e prestigiosa. Per noi è stata un'esperienza molto positiva, utile per rafforzare la visibilità del brand e presentare il progetto Keglevip a un pubblico qualificato e iper targettizzato».

GRUPPO MONTENEGRO

Il Gruppo Montenegro si conferma protagonista della mixology. La Vodka è stato il focus principale di Gruppo Montenegro. Presentata in anteprima assoluta "Lupo Vodka" è la nuova Vodka super premium di proprietà distillata tra le vette delle Dolomiti. Lupo Vodka incarna il carattere delle Dolomiti, la purezza delle sue acque e i ritmi lenti della montagna. È distillata tra le vette delle Dolomiti attraverso la maestria di una distilleria a conduzione familiare, all'interno di un maso storico posto oltre i mille metri di altitudine. Il



suo nome rende omaggio a uno degli emblemi delle Dolomiti, il lupo, riconosciuto simbolo di forza, indipendenza e libertà.

Lupo Vodka si affianca a Maysta, Polish Vodka di Gruppo Montenegro, oggi protagonista di un restyling con una nuova bottiglia dal design distintivo. Vigorosa come la sua segale alimentata dai venti del Mar Baltico, Maysta Vodka già nel nome richiama diverse lingue anglosassoni e baltiche e il significato di "maestà" (dalla radice Maj-) per sottolineare l'eccellenza e il "carisma" del distillato di proprietà di Gruppo Montenegro lanciato nel 2024. Realizzata nel cuore della Polonia, Maysta Vodka è distillata a partire esclusivamente da segale polacca seguendo il disciplinare di produzione dell'Indicazione Geografica (IG) Polish Vodka, considerata una delle più pregiate al mondo. A rendere unica Maysta Vodka non solo la qualità e la sua gradazione alcolica a 41% vol. che la rende l'ingrediente perfetto per la miscelazione, ma ora anche un design ancora più esclusivo e curato in ogni dettaglio, arricchita dall'immancabile tridente, simbolo di forza.

Tra i brand presenti nello spazio espositivo anche marchi storici come Amaro Montenegro, Vecchia Romagna, Select Aperitivo e Rum Pampero, accanto a Edgar Sopper Premium Dry Gin, versione super premium di Edgar Sopper Gin che racchiude l'essenza della Sicilia e la forza dell'Etna, e Benvenuti Limoncello, liquore nato dai migliori limoni siciliani.

Marco Leonzi – Gruppo Montenegro: «I due giorni di fiera sono stati recepiti bene sia da noi che dalla nostra forza vendita e sicuramente la dualità del nostro stand ha aiutato a parlare sia con target più corporate che con il target bartender. Anche a livello di flussi, visto il periodo e il cambio location ci aspettavamo numeri minori e invece l'affluenza è stata molto buona. Stessa cosa per quanto riguarda la qualità dei contatti, in generale il feedback per tutti gli stand è che i contatti si sono rivelati più qualitativi rispetto agli scorsi anni. La piattaforma si è rivelata utile quindi anche per i due nuovi lanci di Lupo Vodka e Jager Orange».



ISLA GRANDE

Debuttante a RBS questo Rum cubano è prodotto da Corporacion CubaRon S.A. La linea comprende cinque referenze invecchiate con metodo statico nel clima tropicale di Cuba, secondo i rigidi standard della DOP Cuba. Ron Isla Grande è un Rum premium realizzato nell'assoluto rispetto dei metodi tradizionali di produzione secondo criteri rigidi ed altamente specifici.

Fondata nel 2012, Isla Verde srl promuove gli scambi commerciali tra Italia e Cuba, importando i principali prodotti cubani ed esportando attrezzature per i produttori locali. Nel 2024 ha avviato la produzione di Rum imbottigliato di livello premium, con il nuovo brand "Ron Isla Grande", di cui detiene l'esclusiva mondiale.

JROSE

Dall'incontro tra arte, materia e distillazione il brand si è fatto conoscere per il suo Gin dalla forte identità racchiuso in una bottiglia il cui packaging è realizzato vestita con materiali alternativi e opere d'autore. Una novità è la proposta "Message in A bottle" che permette di affidare alla bottiglia una dedica, un video o entrambi. Chi la riceve lo scopre con un





tocco sullo schermo dello smartphone. Maggiori info su jrose.it.

Più che uno spirito JRose è un'esperienza da collezionare capace di trasformare ogni bottiglia in un oggetto d'arte. JRose era presente a Roma anche con il suo amaro Sangue Amaro.

Dario Roselli: «La nuova location ha reso l'evento più professionale sotto ogni aspetto, una vera fiera, molto meglio rispetto alla sede precedente. L'atmosfera più professionale ha favorito migliori relazioni tra espositori e visitatori».

LUXARDO 1821

Da oltre 200 anni i prodotti Luxardo sono parte della tradizione liquoristica italiana e delle abitudini di consumo di





clienti esigenti e raffinati. Affermatisi nei più importanti mercati mondiali, Maraschino Luxardo, Sangue Morlacco, Amaretto di Saschira e tanti altri iconici brand perpetuano una consolidata tradizione.

Filippo Luxardo: «Un'edizione in uno spazio espositivo più completo e razionale che compie un passo evolutivo. Più ricca e ordinata rispetto alle edizioni precedenti, con un focus maggiore sul BTB. Meglio degli anni precedenti».

MAMAGIN

Dalle Marche arriva uno spirito che porta con sé l'anima delle Marche e della Basilicata, terre di tradizioni storiche e botaniche che ispirano. MAMAGIN esalta botaniche italiane con un metodo distilled che amplifica profumi e aromi. Il basilico regala una fresca nota verde, la rosa canina aggiunge un'eleganza floreale, mentre limone e pepe Sichuan portano vivaci sfumature agrumate e speziate. Un Gin dall'equilibrio morbido e avvolgente, che conquista con freschezza e regala un retrogusto raffinato e persistente.

Miriana Virgulti: «È stata la nostra prima esperienza come produttori al Roma Bar Show e ci ha colpito soprattutto la qualità delle persone incontrate: bartender, distributori, operatori del settore, un pubblico selezionato, competente e anche internazionale. Trovarsi accanto a grandi aziende e distributori poteva intimorire una realtà nata da poco come MAMAGIN. In realtà la fiera ha dimostrato

che nel mondo del beverage c'è spazio anche per chi arriva con un'identità chiara e autentica e un prodotto che piace. Molto merito va anche all'organizzazione del padiglione. L'open space con corridoi ampi ha favorito un flusso costante e ben distribuito, e ogni stand era ben visibile. Per un produttore emergente questo fa la differenza. Torniamo a casa molto soddisfatti: tanti contatti di valore, diversi ordini già arrivati e la sensazione di aver fatto un passo importante per il nostro Gin. È stato bello, e sicuramente non sarà l'ultima volta».



3EXP

L'idea di 3EXP parte da una domanda semplice: il vino può uscire dai suoi confini tradizionali e diventare un vero ingrediente della mixology contemporanea? Da questa intuizione nasce una gamma di vini progettati specificamente per il mondo del cocktail. Non vini semplicemente "utilizzabili" in miscelazione, ma prodotti concepiti fin dall'origine per dialogare con distillati, bitter, succhi, infusioni e altri ingredienti del bartender. 3EXP lavora su equilibrio aromatico, struttura, acidità e differenti gradazioni alcoliche, offrendo alla miscelazione nuove possibilità espressive. Il vino diventa così uno strumento creativo capace di reinterpretare cocktail classici, sviluppare nuove ricette e rispondere a una tendenza sempre più presente nel beverage contemporaneo: drink equilibrati, maggiore attenzione alla gradazione alcolica e ricerca di ingredienti capaci di coniugare identità, versatilità e sostenibilità economica.

Teodosio D'Apolito: «Un'esperienza molto positiva. La prima sensazione è quella di una manifestazione viva, dinamica. Il pubblico presente è apparso competente, curioso e abituato a confrontarsi con prodotti, tecniche e proposte nuove. Questo rende la fiera particolarmente interessante anche per chi, come noi, presenta un progetto non immediatamente riconducibile alle categorie più tradizionali. Uno degli aspetti più interessanti è certamente la possibilità di entrare in contatto diretto con bartender, distributori, ope-





ratori Horeca, importatori e professionisti del settore. Molto stimolante anche l'atmosfera generale della manifestazione: Roma Bar Show riesce a trasmettere bene l'idea di un settore in continua evoluzione, nel quale convivono grandi marchi, piccoli produttori, ricerca, tecnica e nuove tendenze di consumo. La sensazione è quella di una fiera utile, concreta e molto coerente con il settore che rappresenta. Non soltanto una vetrina, ma soprattutto un luogo di confronto, relazione e osservazione del mercato. Per chi opera nel beverage e vuole comprendere come si sta muovendo il mondo della miscelazione, Roma Bar Show rappresenta certamente un appuntamento importante».

ONESTI GROUP

Lo Stand Corporate è stato il centro dell'esperienza Onesti Group a Roma Bar Show 2026. Dietro ai banconi si sono alternati resident bartender, brand ambassador, brand owner e guest provenienti da diverse realtà della bar industry internazionale. Cinque tra le principali novità presentate da OnestiGroup a Roma Bar Show 2026: Chinola Pineapple, nuovo liquore all'ananas della famiglia Chinola; 90ML, Negroni premium analcolico ready-to-serve; MeMento Red Bitter, nuova referenza dedicata al mondo aperitivo; Seventy One Gin, Gin premium affinato



in legno per 71 notti; e Mr Bluff London Dry Gin, pensato per la miscelazione professionale. A queste si sono affiancati format esperienziali come il Macaronesian Bowling, la Tío Pepe Lemonade e il Mexican Village dedicato a Don Ramón e Buen Amigo.

Grande attenzione è stata inoltre riservata alla formazione e al confronto professionale grazie alla presenza di guest internazionali, masterclass e incontri con figure di riferimento della bar industry come Peter Dorelli, Nico de Soto uno dei bartender più influenti della scena internazionale, protagonista di uno speciale guest shift presso lo stand OnestiGroup con KOTA, brand che esplora nuovi linguaggi della miscelazione contemporanea.



ORSINI SODA

Il borgo di Poggiorsini, in Puglia, deve il suo nome agli Orsini, Duchi di Gravina e antica famiglia papale romana che detenne il possesso del feudo per ben 300 anni. Oggi è una realtà di pochi abitanti che conserva il sapore di un tempo, un luogo che custodisce la preziosa fonte di Acqua Orsini, acqua che tramanda i valori di purezza del territorio e la qualità intrin-



seca che caratterizza il sottosuolo.

L'ORSINI SODA UNIVERSE è stato un concept creativo ed esplosivo che ha trasformato lo stand del brand in una vera dimensione parallela, dove la mixology ha incontrato l'immaginario dei supereroi, dove il pubblico ha potuto ammirare la creatività del brand. Orsini Soda ha così trasformato il Roma Bar Show in un universo parallelo dove i bartender sono divenuti veri supereroi del gusto.

Ispirato ai mondi Marvel e DC, l'Orsini Soda Universe ha presentato due giorni di guest bar e creatività pop tra gadget, drink e sapori esplosivi, dove alcuni dei migliori bartender italiani hanno espresso il loro potere creativo dietro al bancone. La partecipazione al Roma Bar Show ha consolidato il legame tra Acqua Orsini e il mondo dell'ospitalità di qualità, e rappresenta una tappa fondamentale nel percorso del brand verso l'innovazione e la valorizzazione del talento.

PALLINI

"What's your spirit today?" è stato il fil rouge che ha accompagnato l'esperienza allo stand Pallini dove i bartender si sono alternati al bancone presentando una drink list originale ispirata all'identità delle etichette del portfolio Pallini. Ginarte, premium Gin realizzato con botaniche toscane,ha presentato la nuova "Ginarte Sir Edward Edition", collezione di quattro bottiglie firmata dal tatuatore Edoardo Tabacchi e ispirata alle virtù cardinali. Due icone della tradizione Pallini, Sambuca e Mistrà, hanno sfoggiato un nuovo look, più contemporaneo e distintivo. Per chi inoltre predilige il No-Low alcohol, Pallini Limonzero intercetta questa tendenza. Tra gli sciroppi, invece, Agavesito, a base di agave biologica al 100% ready to use, e lo Sciroppo Sambuco.

Micaela Pallini: «L'edizione 2026 del Roma Bar Show è stata sicuramente una



conferma che la manifestazione sia entrata in una fase nuova, più matura e focalizzata sul business. La nuova location ha sicuramente contribuito a dare maggiore lustro all'iniziativa che ha saputo riunire i maggiori protagonisti del mercato da entrambi i lati del bancone! Nonostante il momento economico difficile e un nuovo approccio del consumatore verso un consumo più concentrato e responsabile, l'industry si mostra sempre ottimista e gli spunti emersi durante questi due giorni ne sono una concreta dimostrazione! Arrivederci al 2027».



RINALDI 1957

L'importatore distributore con sede a Bologna ha portato al Roma Bar Show molte novità. Quattro Gatti è un Gin che nasce in Umbria, un progetto contemporaneo che racconta l'Italia attraverso ingredienti, territorio e un'estetica essenziale. Olive Grove Gin ne rappresenta perfettamente lo spirito: un Gin secco ed elegante distillato con foglie di olivo, olive e olio d'oliva provenienti da antichi uliveti italiani, insieme a ginepro, timo, carciofo e limone. Compagnie des Indes non è una distilleria tradizionale, ma una maison francese di imbottigliamento indipendente, fondata nel 2015 da Florent Beuchet. Il suo lavoro è viaggiare, selezionare e assemblare rum provenienti da diverse origini, valorizzandone identità e carattere. Pacifico ne è un esempio: un blend di rum di Panama e Thailandia, affinati da 6 a 12 anni in botti di rovere, dal profilo morbido, speziato e ricco. Dalla Norvegia,



Bareksten Botanical Gin è un London Dry a 46% vol., che si presenta con un profilo fresco e raffinato, dove ginepro, frutta e spezie si incontrano in equilibrio, senza aggiunta di zuccheri. La Hechicera nasce in Colombia, sulla costa caraibica, e racconta un'idea di Rum elegante, autentico e senza artifici. Il clima tropicale accompagna una maturazione intensa, mentre il lavoro di blending ricerca ed equilibrio continua nel tempo. Reserva Familiar è un assemblaggio di Rum in stile ispanico affinati in botti ex-Bourbon.

Davide Masi: «Lo show è valido in quanto intercetta il mondo del bartending. È più un appuntamento ludico che non un incontro per chiudere accordi. E forse questo punto potrebbe essere rivisto. Avendo partecipato come Rinaldi alle ultime edizioni, la sensazione è che nel corso degli anni la manifestazione abbia progressivamente accentuato la propria dimensione esperienziale, conviviale e di intrattenimento. Anche il pubblico sembra oggi ricercare maggiormente questo tipo di esperienze. La composizione del pubblico sembra essersi progressivamente ampliata anche al di fuori degli operatori più strettamente professionali, trasformare gli incontri in concrete opportunità professionali e commerciali. Questo aspetto assume ancora più importanza nell'attuale contesto di mercato in cui le aziende dispongono di budget più selettivi e hanno una crescente necessità di convertire gli investimenti fieristici in risultati commerciali concreti e misurabili».

SARANDREA

Specialista artigiano nella lavorazione delle piante officinali dal 1918, Sarandrea ha presentato la sua linea di liquori ottenuti dall'infusione di erbe aromatiche, radici, fiori e frutti in alcol raffinatissimo. Sarandrea tramanda la tradizione certosina realizzando prodotti di ineguagliabile prestigio nell'arte della liquoristica italiana.

Assolutamente da provare l'Amaro San Marco. Questo liquore nasce intorno al 1920, alla fine della Prima Guerra Mondiale, quando il Cappuccino Paolo Sarandrea, dopo aver lasciato l'incarico di Cappellano Militare, riprese i suoi stu-

VOLØ

0% ALCOHOL 100% TASTE



BEVI RESPONSABILMENTE

Distribuito in esclusiva da MEREGALLI Spirits

Gruppo Meregalli
www.meregalli.com





di di erborista con l'intento di mettere in evidenza le virtù delle piante officinali che abbondano sui Monti Ernici.

Ci sono prodotti che non appartengono soltanto a un'epoca, ma alla memoria stessa di un luogo. L'Old Gin Sarandrea è uno di questi: un distillato che affonda le sue radici negli anni '50, quando Marco Sarandrea e i figli Mario e Bernardo iniziarono a sperimentare una ricetta che univa botanica, intuizione e un profondo rispetto per la materia prima. Nel bicchiere l'Old Gin Sarandrea si presenta come un distillato dal carattere deciso, 42% vol., capace di sostenere cocktail di grande struttura ma anche di essere gustato liscio, per apprezzarne la purezza e la profondità.

SPIRITS & COLORI

Questa edizione del Bar Show ha visto protagonisti diversi prodotti del portfolio Spirits & Colori. Grande interesse tra i visitatori e gli operatori del settore ha suscitato la novità di Holywater Gin. La Gold Edition si distingue per l'elegante bottiglia color oro e per la presenza di polvere d'oro alimentare nella ricetta. L'attesa per questo nuovo prodotto era già molto alta. Infatti, il primo lotto di produzione era stato interamente ordinato ancora prima del lancio ufficiale.

Grande successo anche per Tequila La Cofradia, il cui banco è stato letteralmente preso d'assalto dai visitatori. Le caratteristiche bottiglie in ceramica e ter-



racotta, vere espressioni dell'artigianalità messicana, hanno attirato l'attenzione del pubblico, valorizzando ulteriormente le numerose degustazioni. Nel complesso, due linee che hanno saputo distinguersi, generando curiosità, interesse commerciale e riscontri molto positivi.

Massimo Melis – Spirits & Colori: «Ritengo complessivamente molto positiva la scelta della nuova location, ottima sia per gli spazi sia per la qualità dei servizi offerti, garantendo una migliore fruibilità della manifestazione e un contesto adeguato all'importanza raggiunta dall'evento. Dal punto di vista dell'affluenza, il riscontro è stato complessivamente buono in entrambe le giornate. Buona la partecipazione dei bartender, con una presenza qualificata e interessata alle proposte presentate. Personalmente ho avuto il piacere di incontrare numerosi nostri clienti, oltre a diversi operatori del settore hospitality, creando interessanti occasioni di confronto e di relazione commerciale. Anche il riscontro da parte dei nostri espositori è stato positivo, soprattutto per l'interazione diretta con bartender, clienti e professionisti del settore. Nel complesso, il Roma Bar Show 2026 si conferma quindi un appuntamento importante non soltanto in termini di visibilità, ma anche come occasione concreta per consolidare i rapporti con i clienti, sviluppare nuovi contatti e creare momenti di confronto tra produttori e operatori del mercato».

VOL 0

Distribuita da Meregalli Spirits, Vol 0 è una linea di comparativi analcolici, creata per offrire la possibilità di gustare un buon cocktail analcolico oppure dal basso contenuto d'alcol. Il nome rappresenta la composizione di "Volume alcolico" e "0", al fine di comunicare fin da subito la tipologia di prodotto. L'idea nasce in laboratorio, dopo una serie di prove per la realizzazione di miscele a estrazione naturale. Prende vita grazie all'esperienza delle parti coinvolte, ai brevetti utilizzati



e alla voglia di rivoluzionare un mercato emergente, creando un prodotto sano e innovativo. La linea comprende 7 referenze: Aperitivo, Amaretto, Ilmonello, Ginepro & spezie, Bitter, Amaro e Mosto & Spezie.

Marco Vicentini – Meregalli Spirits: «Molto bella l'area No Low nella quale eravamo presenti con VOL 0 e per la quale abbiamo registrato molto interesse. Abbiamo lavorato bene e apprezzato la presenza di buyer internazionali rispetto alle passate edizioni. Certamente migliore la nuova sede di evento nonostante la precedente possa suscitare nostalgia in alcuni. Gli spazi erano ben distribuiti e organizzati».

TASSONI

Con uno stand interamente dedicato alla mixology contemporanea Tassoni ha presentato l'intera collezione del brand, dalle iconiche referenze ai mixer, dagli spirits alle proposte analcoliche e le novità 2026. Particolarmente significativo è stato il riscontro ricevuto sulle novità 2026, dalla Tonica Superfine Zero Zuccheri e Zero Calorie al Botanico Superfine Zero, che hanno suscitato grande interesse e raccontano la volontà di Tassoni di esplorare nuove occasioni di consumo, anche nel mondo no-alcohol. Ad arricchire l'esperienza, una drink list esclusiva firmata da guest bartender. Lo stand è stato un vero spazio di incontro e condivisione che ha valorizzato la versatilità della gamma e il dialogo tra prodotto e alta miscelazione.

Patrick Simoni: «Il Roma Bar Show 2026 si è confermato per Tassoni un appuntamento di grande valore, non solo per la forte affluenza allo stand, ma soprattutto per l'elevato profilo professionale del pubblico incontrato. È stata un'occasione fondamentale per consolidare il dialogo con la bartender community e raccontare il percorso di rilancio del brand, che punta a valorizzare la nostra storia secolare trasformandola in una proposta contemporanea e nel luxury soft drink italiano di riferimento per la miscelazione. Roma Bar Show è stato per noi anche un importante momento di ascolto e confronto con il mercato, che ci ha permesso di raccogliere feedback e osservare da vicino l'evoluzione della cultura del bere. Un'edizione che rappresenta un'importante tappa di consolidamento, capace di dimostrare il valore dell'incontro dal vivo e del dialogo diretto con i protagonisti della bar industry».