

Argentina, aperitivi e distillati: leve per estendere l'enoturismo

scritto da Emanuele Fiorio | 26 Gennaio 2026



Emiliano Sosa, enologo e creatore argentino di vermut e distillati, svela come l'alchimia botanica stia potenziando il sistema enoturistico di Mendoza. Dalla valorizzazione della Bonarda alle nuove rotte esperienziali, scopriamo come l'integrazione tra vino, aperitivi e spirits crei un modello di enoturismo capace di sedurre nuovi target e permettere proposte più creative.

Emiliano Sosa non è solo un enologo; è un architetto di sapori che opera sulla sottile linea di confine tra la tradizione vinicola e l'innovazione della distillazione. Con un bagaglio di **25 ricette di vermut, 15 di bitter e 7 di fernet**, Sosa rappresenta il volto di una Mendoza che non si accontenta più

di essere “la terra del Malbec”, ma ambisce a diventare un polo globale di eccellenza per gli aperitivi e i distillati d'autore. La sua intuizione di utilizzare la **Bonarda** come base per il vermut non è solo una scelta tecnica, ma una dichiarazione d'intenti: valorizzare l'identità territoriale attraverso la freschezza e la biodiversità della flora andina.

Questa intervista esclusiva emerge in un momento cruciale, proprio a **gennaio 2026**, **Wine Meridian** ha organizzato l'[International Wine Tour in Argentina](#), un viaggio strategico volto ad analizzare da vicino un sistema enoturistico che ha saputo, con maestria, “**industrializzare l'emozione dell'accoglienza**”. Il modello argentino, in cui Sosa è immerso completamente, è un ecosistema dove pubblico e privato sono impegnati a collaborare per trasformare ogni sorso in un'esperienza organica. In questo contesto, il **vermut e i distillati** non sono semplici prodotti accessori, ma **pilastri di una “destinazione totale”** che indica una direzione peculiare per il futuro dell'ospitalità globale.

Fin da piccolissimo ha accompagnato suo padre Walter nella produzione di vino. Quale ricordo di quei primi anni ha segnato la sua decisione di dedicarsi professionalmente all'enologia?

Il ricordo più bello e decisivo è la **vendemmia insieme a mio padre**. Dai nove anni partecipavo attivamente: portare l'uva a casa e produrre il vino in famiglia, insieme a mia madre Alejandra. Vedere l'intero processo, sentire il profumo della fermentazione e osservare come mio padre curasse ogni fase con dedizione è stato il punto di partenza. Quell'esperienza familiare, artigianale e sensoriale ha segnato profondamente il mio amore per l'enologia.

La sua famiglia porta avanti il progetto di vini d'autore "Maestry", premiato in diverse occasioni. Come convivono in lei l'enologo e il creatore di aperitivi?

Convivono in modo diverso perché sono prodotti distinti, ma nascono da una stessa base: il vino. Mio padre si è sempre dedicato al vino, io invece ho trovato un mercato che mi ha appassionato profondamente: quello degli aperitivi e dei prodotti di provenienza italiana ed europea. In Argentina questi mondi sono strettamente legati. **Mi affascina l'alchimia che implica creare prodotti innovativi e recuperare bevande che erano state dimenticate.** Il vino è il punto di partenza per vermut, aperitivi citrici, floreali o speziati, e anche per distillati come grappa, pisco o cognac. Sono universi che si alimentano a vicenda costantemente.

Mendoza è riconosciuta a livello mondiale per i suoi vini, ma meno per i suoi distillati e aperitivi. Crede ci sia spazio per costruire un'identità anche in questo segmento?

Sì, senza dubbio. Oggi sta nascendo qualcosa di molto importante a Mendoza. Molti imprenditori hanno intravisto questo mercato emergente e attualmente esistono grandi distillerie mendocine con premi internazionali. Così come abbiamo la "Ruta del Vino" (Strada del Vino), perché non pensare a una "Ruta de los Destilados" (Strada dei Distillati)? I piccoli produttori stanno crescendo e c'è identità, qualità e creatività per sviluppare questo percorso.

Ha usato la Bonarda per il tuo vermut,

una varietà che spesso resta nell'ombra del Malbec. Cosa la rende interessante per gli aperitivi?

La Bonarda permette di creare un aperitivo più fresco e moderno. Ha un'acidità più marcata rispetto a molti Malbec, il che si traduce in un vermut più agile e facile da bere. Spiccano note di frutti rossi e prugna, che si combinano molto bene con botaniche come camomilla, coriandolo, assenzio, cannella, petali di rosa persiana, scorza d'arancia e genziana. È un vitigno molto versatile per questo tipo di prodotti.

L'enoturismo mendocino è molto sviluppato attorno al vino. C'è potenziale per integrare aperitivi e distillati in questa esperienza?

Chiaramente sì. C'è un grande potenziale nell'integrarli come complemento al vino. **Vermut, bitters e distillati locali ampliano l'esperienza turistica, attraggono nuovi pubblici e permettono proposte più creative** come degustazioni, mixology e percorsi tra le botaniche regionali. Molti distillati nascono dalla stessa uva, il che rafforza un'identità condivisa. Inoltre, esiste già una "Strada dei Distillati" – principalmente a Luján de Cuyo – che raggruppa produttori di gin, whisky e vermut. È il **connubio perfetto per diversificare l'offerta e attrarre un pubblico più giovane e informale.**

Molti turisti arrivano cercando l'esperienza Malbec. Come li si convince a scoprire gli aperitivi locali?

La chiave è mostrare loro che si tratta del vino sotto un'altra veste. In primo luogo, **spiegando che molti vermut**

premium sono elaborati con vini di alta gamma e botaniche della Cordigliera: non è una bevanda estranea, è un vino macerato. In secondo luogo, posizionandolo come un “reset del palato”, ideale prima del pranzo o dopo una degustazione intensa. E in terzo luogo, come un’esperienza di terroir: così come il vino esprime il suolo, il vermut esprime la flora locale. È il passaggio dal rituale formale del calice alla tradizione sociale del ghiaccio e della soda. L’enoturista non cambia mondo, lo amplia.

Ha lavorato nel Gruppo Peñaflor e oggi sei consulente per piccole distillerie artigianali. Cosa la attrae del mondo artigianale?

Fornisco consulenza sia a produzioni industriali che artigianali, ma l’artigianato ha una magia speciale. **Il consumatore apprezza sempre di più ciò che è fatto con cura, in modo naturale e su piccola scala.** Ho seguito progetti in Indonesia, Messico, Stati Uniti, Perù, Cile, Uruguay, Spagna e Argentina. Oggi porto avanti anche il mio progetto personale: il vermut “70 veces 7”, nato proprio dall’artigianalità e dalla passione messa in ogni dettaglio.

Lei afferma che le radici dell’aperitivo argentino sono italiane. Si sente parte di questo ponte culturale?

Sì ed è affascinante, perché **in Argentina il confine tra ciò che è italiano e ciò che è locale quasi non esiste.** Il vermut è arrivato con le navi, ma è stato adattato usando le nostre uve e botaniche come la *jarilla*. Ciò che unisce i due Paesi non è solo la bevanda, ma il rituale: quel momento di pausa, chiacchiera e incontro prima del pasto. Oggi l’Argentina non è solo erede, ma contribuisce attivamente, creando uno stile proprio che rispetta la tecnica europea.

Come enologo che lavora con vini e distillati, come vede il futuro del settore vitivinicolo argentino?

Lo vedo ibrido e versatile. Siamo passati dall'essere solo cantine all'essere un'industria di bevande originali. Ci sarà **meno protocollo e più consumo quotidiano, con nuovi formati e opzioni a basso contenuto alcolico**. Le cantine integreranno distillerie di proprietà per creare gin e vermut premium, sfruttando l'uva e il terroir. La sostenibilità e la precisione – uso efficiente dell'acqua, agricoltura rigenerativa e tecnologia – saranno fondamentali. In sintesi: **smetteremo di vendere solo una bottiglia di vino per vendere l'identità di Mendoza in molteplici formati**.

Punti Chiave:

1. **Evoluzione del modello enoturistico** attraverso l'integrazione di vermut e distillati come complemento essenziale al vino d'alta gamma.
2. **Valorizzazione della Bonarda** come vitigno strategico per la creazione di aperitivi moderni, freschi e profondamente legati al terroir di Mendoza.
3. **Sinergia tra pubblico e privato** per trasformare una regione vinicola in una destinazione enoturistica totale, capace di vendere identità oltre la bottiglia.
4. **Recupero delle radici italiane** rivisitate attraverso l'uso di botaniche andine autoctone, creando un ponte culturale unico tra Europa e Sud America.
5. **Sostenibilità e innovazione tecnica** come pilastri per il futuro di un settore che punta su agricoltura rigenerativa e precisione produttiva.

