Etilika lancia Famigerato, il primo amaro “partecipato” creato dai consumatori

scritto da Redazione Wine Meridian | 6 Giugno 2023



Dal caffè aromatizzato alla frutta di Nestlè al rasoio elettrico Philips pensati appositamente per i consumatori cinesi della Generazione Z, dalla linea alla Centella Asiatica di Nivea per la cura della pelle maschile ai tanti esempi dei brand della moda la co-creation economy, fa sempre più tendenza e investe per la prima volta anche il mondo degli spirits. A farlo ci ha pensato Etilika, tra le principali enoteche online sul mercato nazionale, nonchè la prima in Italia per tasso di soddisfazione dei propri clienti, lanciando il primo amaro “partecipato”, ideato insieme alla propria customer base, **l’Amaro Famigerato**.

Un anno di lavoro per realizzare un amaro unico sul mercato e perfetto per i consumatori

Quale modo migliore per valorizzare i clienti più affezionati ed esperti per un'azienda come Etilika che ha fatto della soddisfazione trasparente dei consumatori il suo cavallo di battaglia se non quello di coinvolgerli in prima persona nella realizzazione di un prodotto da lanciare sul mercato? A seguito del ritrovamento di alcune ricette di un "*famigerato*" maestro distillatore risalente alla fine dell'800, **nella primavera del 2021** l'azienda decide di mettere in produzione un amaro artigianale realmente unico coinvolgendo i propri clienti. Individua cosi un liquorificio artigianale di alta qualità nel Lazio commissionandogli l'infusione seguendo la ricetta originale. Dopo un lavoro durato alcuni mesi, supportato da un **team Etilika di 6 sommelier selezionatori** vengono condotti oltre **50 diversi test** per arrivare cosi a una short list di 3 diverse miscele che l'azienda invia a un campione rappresentativo di **150 tra i migliori clienti dell'azienda**. Questi lo assaggiano, lo valutano e votano il loro preferito. **Chi meglio di loro poteva scegliere l'amaro perfetto?** E così nasce l'Amaro Famigerato.

E' la prima volta che un'enoteca online fa produrre un liquore grazie all'aiuto dei propri clienti e probabilmente si tratta del primo caso di settore a livello mondiale, una ragione in più che fa di Famigerato un prodotto davvero unico rispetto a qualsiasi altro amaro presente sul mercato.

22 botaniche in un equilibrio perfetto tra dolce e amaro per un mix versatile ideale tra fine pasto, long drink e cucina

Prodotto in filiera artigianale per infusione di **22 diverse botaniche**, tra cui bucce d'arancia, cannella di Ceylon, china calissaia, rabarbaro rosso, angelica, assenzio romano, chiodi di garofano, ginepro e genziana, Famigerato si caratterizza per un **perfetto equilibrio tra dolcezza e amaro**, una sensualità avvolgente di aromi agrumati, erbe, radici e bacche

e una straordinaria **versatilità**. L'insieme regala infatti mix di sensazioni uniche ideali per concludere il pasto, ma anche per prolungare la serata, sperimentare nuovi accostamenti in casa per una mixology home made o cimentarsi in cucina, dove si sposa a meraviglia a creme e dolci al cucchiaio.

Ma la **collocazione ideale** di Amaro Famigerato è all'interno della **Carta dei distillati,** evoluzione e complemento della wine&drink list dei **ristoranti più ricercati e alla moda** per un tocco di contemporaneità in più, soprattutto verso le nuove generazioni, più inclini ad essere protagonisti nel dialogo con il mondo delle aziende e a far ascoltare la propria voce.

"*Una delle ragioni del successo di Etilika è aver dato massima centralità al cliente, che ci sforziamo ogni giorno di curare e stupire con un servizio eccellente e iper personalizzato e un'offerta di massima qualità ed è infatti da queste premesse che è nata l'idea di rendere i nostri consumatori protagonisti nella creazione di un prodotto pensato per loro e con loro* – **commenta Michele Trotta, CEO e co-fondatore di Etilka –** *Lo abbiamo fatto scegliendo un liquore carico di storia, sapienza e artigianalità ma capace di guardare al futuro perché rispecchia molti dei nostri valori. Per le sue caratteristiche di qualità, equilibrio, versatilità e gradevolezza Famigerato è la proposta che mancava in grado di soddisfare tutti i palati. Siamo peraltro anche molto soddisfatti del gradimento che sta riscuotendo nella ristorazione di un certo profilo, segno che Famigerato potrà presto affermarsi molto bene anche in quel mondo".*

Gli italiani e gli amari: esplode una passione che viene da lontano

Gli Amari stanno vivendo da alcuni anni una stagione di riscoperta e, in molti casi, di vera e propria ascesa, sia sul mercato nazionale che all'estero. Secondo Federvini, circa il 44% degli italiani beve un amaro almeno una volta a settimana, mentre il 29% ne fa uso quotidianamente.

Piacciono infatti sempre più non solo a un pubblico maturo, tradizionalmente il maggior estimatore del genere, ma anche ai più giovani. Il consumo degli amari avviene, nella maggiore parte dei casi, dopo i pasti come digestivo, ma ormai si affermano anche come elementi della mixology più innovativa o in cucina.