# Sea Signora: sei nuovi drink raccontano i primi sei mesi di attività

20260325164155img-0535

A sei mesi dall'apertura ufficiale si è voluto riassumere questo primo periodo di attività in… cocktail. Sea Signora, il ristorante di pesce inaugurato lo scorso settembre a Milano in Via Fiori Chiari 32, nel cuore del quartiere Brera, ribadisce il suo stretto legame con la miscelazione e festeggia l'arrivo delle stagioni calde dell'anno con sei nuovi drink, ognuno, appunto, ricavato da un momento particolare del locale e di chi lo gestisce. E di queste nuove ricette, nella metà dei casi ne è stato preparato anche un alter ego analcolico, ottenuto sostituendo allo spirit di base il corrispettivo dealcolato.

**In lista tre drink anche in versione no alcohol**

Sono, dunque, realizzati anche senza alcol il **B2 - Bell'e Buon/Bell and Berry**, con ingrediente di base il gin che sposa un infuso di peperone, il **Tech-Mango** dove il frutto esotico in questione e il tequila costituiscono la base, e il **D. B. Cooper** realizzato con Bourbon e fava tonka. A questo tris pensato in doppia versione, si sommano altri tre signature unicamente alcolici rispettivamente chiamati **Strong Breeze** composto da bitter, rum e amaro, **Martini Express** come rilettura dell'Espresso Martini e ottenuto con inserimento di componente agrumata, e **MezcalGanoush** nel quale il distillato di agave incontra e si fonde con il babaganoush (crema a base di melanzana grigliata, pasta di sesamo, succo di limone e olio).

La drink list così ottenuta offre, dunque, soluzioni organolettiche diverse e diventa un ulteriore asset del ristorante milanese, come riconosce il suo proprietario Antonio Fresa. «*La parte di miscelato avanza di pari passo con quella dedicata al ristorante: confluiscono in uno stesso spazio, conservano la propria identità e, al tempo stesso, si integrano l'uno all'altra* – afferma Fresa –. *Lo stesso Sea Signora, nel suo primo mese di attività milanese, ha lavorato solo come cocktail bar, in quanto la parte ristorativa doveva essere ultimata e allestita. Questo periodo è stato utile, un test per perfezionare il servizio al bancone, tracciando le principali richieste dei clienti che si presentavano per assaggiare*

*uno dei nostri drink e determinare i trend*».

Una fase di rodaggio strategico, come conferma a sua volta **Alessandro Orlandini**, bar manager di Sea Signora e autore della drink list. «*La nostra concezione dello spazio bar è quello di offrire al cliente un luogo dove degustare in maniera rilassante un cocktail, nell'attesa poi di sedersi al tavolo* – spiega il barman –. *I sei nuovi drink descrivono la prima semestrale del ristorante e quelli che sono stati i nostri stati d'animo ed esperienze. Per esempio, il Martini Express nasce dal mio desiderio di bere caffè al mattino e di volerlo assaporare anche come bevanda rinfrescante e aromatica. Il MezcalGanoush è, invece, frutto di un'intuizione di Antonio che, da grande appassionato di babaganoush, pochi giorni dopo l'inaugurazione, quasi scherzando, mi ha chiesto se fosse possibile creare un cocktail in cui questo ingrediente poteva convivere con un distillato. Sono sei soluzioni che ufficialmente non proponiamo in pairing con il food, ma che comunque, grazie al nostro personale di sala, suggeriamo al commensale, specificandone gli aspetti e come questi trovino intesa con i piatti*».

La scelta di realizzare anche la versione mocktail è poi figlia di un trend fortemente in evoluzione e che per Orlandini andrà sempre più definendosi. «*Mi accorgo che lo zero alcol sta attualmente ottenendo più favori del low alcol* – sostiene –. *Detto questo, se mi è concesso fare una previsione, entro i prossimi due anni la tendenza che s'imporrà sarà quella di privilegiare cocktail a bassa gradazione alcolica, ovvero sotto i 10% vol. Una via di mezzo quindi, che ritengo possa accontentare un'ampia fascia di avventori*».

**Due nuove aperture a Milano tra 2026 e 2027**

Cresciuto professionalmente come chef, affinando la sua expertise lavorando nelle cucine di alcuni ristoranti prevalentemente all'estero, per poi decidere, nel 2019, di aprire il suo primo locale a Pietroburgo, a cui ne sono seguiti altri 8, tutti situati in Russia. Un progetto, quello di Antonio Fresa, che ha preso spessore e che conta oggi, oltre a Sea Signora, i brand ristorativi di cucina italiana Fresa, Marso Polo, e Ti Ama, mentre Savir è l'insegna specializzata in ricette kosher. Il tutto ha generato nel 2025 un fatturato di 35 milioni di euro, senza contare i ricavi del ristorante milanese.

Ma il business sembra destinato ad ampliarsi: Fresa ha confidato a *Mixerplanet* l'intenzione di due nuovi opening, entrambi previsti a Milano e che riguarderanno, nel 2026, un ristorante di cucina di carne, mentre nel 2027 sarà la volta di una trattoria 100% made in Italy che rilancerà le tipicità regionali del nostro paese. All'estero, invece, l'imprenditore intende esportare, nell'arco dei due prossimi anni, il marchio Sea Signora in alcune capitali, tra le quali Madrid, Istanbul e Parigi.