SYNC by Aperol: l’aperitivo cambia frequenza

c88e1fa7-6413-4285-9d88-f763a8492d89

di Rossella De Stefano

Milano ha sempre saputo anticipare il tempo. Lo fa con la moda, con il design, con l’architettura. E lo fa, ancora una volta, con l’aperitivo. Stavolta però la svolta non arriva da un bancone qualsiasi, ma da un quarto piano affacciato sulla cattedrale più fotografata d’Italia, dove il tramonto trasforma il Duomo in uno scenario che nessun art director potrebbe immaginare di meglio. È qui, pochi passi dalle guglie, che Aperol ha aperto SYNC Listening Bar & Bistro, al quarto piano del Mercato del Duomo (Galleria Vittorio Emanuele II): uno spazio che si affianca all’offerta già consolidata di Avolta (già Autogrill) nel centro cittadino, ma introduce un concept d’avanguardia dove l’alta fedeltà sonora incontra una proposta di mixology e cucina d'autore.

Il format

Il format ha radici profonde: i leggendari jazz kissa giapponesi degli anni Cinquanta, dove il silenzio era regola e il suono l’unico protagonista. Oggi quella liturgia si è fatta più aperta, più urbana, più inclusiva. E Milano non fa eccezione: negli ultimi anni i locali dedicati all’ascolto si sono moltiplicati anche qui, portando in città una cultura sonora che va oltre la playlist di sottofondo. Che un brand come Aperol abbia scelto questo linguaggio, costruendolo con rigore e non per moda, è un segnale che merita attenzione.
Quello che mi aspettavo era una scenografia. Quello che ho trovato è stato un impianto di ascolto serio, curato da Audiocostruzioni con una selezione di componenti che farebbe impallidire molti hi-fi store: amplificatori McIntosh MA8950, diffusori Klipsch Cornwall IV, giradischi Technics e, dettaglio che non passa inosservato, diffusori da parete Sonus faber Sonetto. Un sistema progettato per l’alta fedeltà, non per il volume. La differenza, per chi sa ascoltare, è abissale. Alla consolle la sera della mia visita c’è Nora Bee, tra le djane più apprezzate della scena milanese: una personalità eclettica, capace di mescolare tech house con disco e contaminazioni melodiche profonde, costruendo atmosfere invece di schiacciarle. Non è una DJ da palcoscenico. È una narratrice sonora. E in un listening bar, la differenza conta.

Il banco come manifesto

Ma è al bancone che si gioca la partita più interessante, almeno per chi come me passa il tempo a osservare come il mondo degli spirit evolve. La drink list di SYNC non è un'appendice: è un manifesto. I cocktail reinterpretano Aperol in miscelazione in chiave contemporanea, e ogni abbinamento con il cibo porta una firma precisa. L'Aperol Grapefruit, Aperol e succo di pompelmo rosa, è un'apertura soffice e brillante, di rara pulizia aromatica: il succo di agrume amplifica l'amaro del liquore senza schiacciarlo, lasciando una texture leggera e piacevolmente persistente. L'Aperol Sync, il cocktail signature della casa, gioca invece su registri più complessi: Aperol, citrus mix, zucchero, bolla agli agrumi. Un sour teso e bilanciato, dove la bolla finale agli agrumi è il guizzo inatteso che riporta il palato al punto di partenza. Difficile non ordinarne un secondo. Il Naked & Famous è il cocktail da fine serata: Aperol, Montelobos Espadin, Yellow Chartreuse e lime. Quattro ingredienti che sembrano non avere nulla in comune e invece si trovano con una precisione quasi geometrica: dolce, amaro, erbaceo, affumicato. Un bilanciamento che richiede coraggio, e che qui funziona. Un dettaglio mi è rimasto impresso più di tutto: i sottobicchieri, ricavati da arancia essiccata e fondi di caffè. È la prova che a SYNC ogni elemento del progetto è stato pensato, non semplicemente composto. La cura del dettaglio, quella vera, non quella dichiarata, si riconosce esattamente nei punti dove nessuno ti sta guardando.
Anche la cucina non è un ripensamento. La proposta, sviluppata intorno al concetto choose, mix and share, porta le firme di Alessandro Negrini, Fabio Pisano e Simone Salvini: tre nomi che nel panorama milanese non hanno bisogno di presentazioni. La sera della mia visita, i Pakora Beats di Salvini, fritto misto vegetale in tempura di ceci con carote, sedano rapa, zucca, funghi cardoncelli, tempeh e tofu, erano un incontro riuscito tra tradizione indiana e materia italiana, perfetto accanto all'Aperol Grapefruit. Il Risotto alla Milanese di Negrini e Pisano, con cialda al Parmigiano Reggiano DOP e aceto balsamico, era invece il piatto che difendeva la tradizione senza piegarsi alla nostalgia. Per chiudere, i macaron del maestro pasticcere Luigi Biasetto: un fuori programma di quelli che fanno capire che si è prestata attenzione a ogni centimetro dell'esperienza.

La nuova campagna

Siamo in piena Design Week mentre lo spazio apre i battenti, e il parallelismo non è banale. Come il miglior design non è solo funzione ma intenzione, anche SYNC lavora su più livelli contemporaneamente. È estetica, certo: la vista sulle guglie del Duomo non si discute. Ma è anche cultura, rituale, comunità.
"*Il nuovo spazio si inserisce nel filone dei listening bar, sempre più diffusi in città, aprendosi agli eventi*

musicali che fanno parte del mondo Aperol”, ha dichiarato **Dario Cuccurullo, Senior Channel & Customer Marketing Director di Campari Group**.

E arriva puntuale mentre il brand rilancia con la campagna “Non basta che sia arancione per essere l’Originale Aperol Spritz”: SYNC è, in fondo, anche questo, la dimostrazione che l’autenticità non si difende solo con la comunicazione, ma con la qualità di ogni singola esperienza, dall’impianto audio al sottobicchiere.

Il Duomo, lì fuori, è il solito Duomo. Ma visto da una terrazza dove McIntosh e Klipsch fanno risuonare un set, mentre si sorseggia un Aperol Sync, sembra che qualcosa sia cambiato. Forse siamo noi che abbiamo ricominciato ad ascoltare.