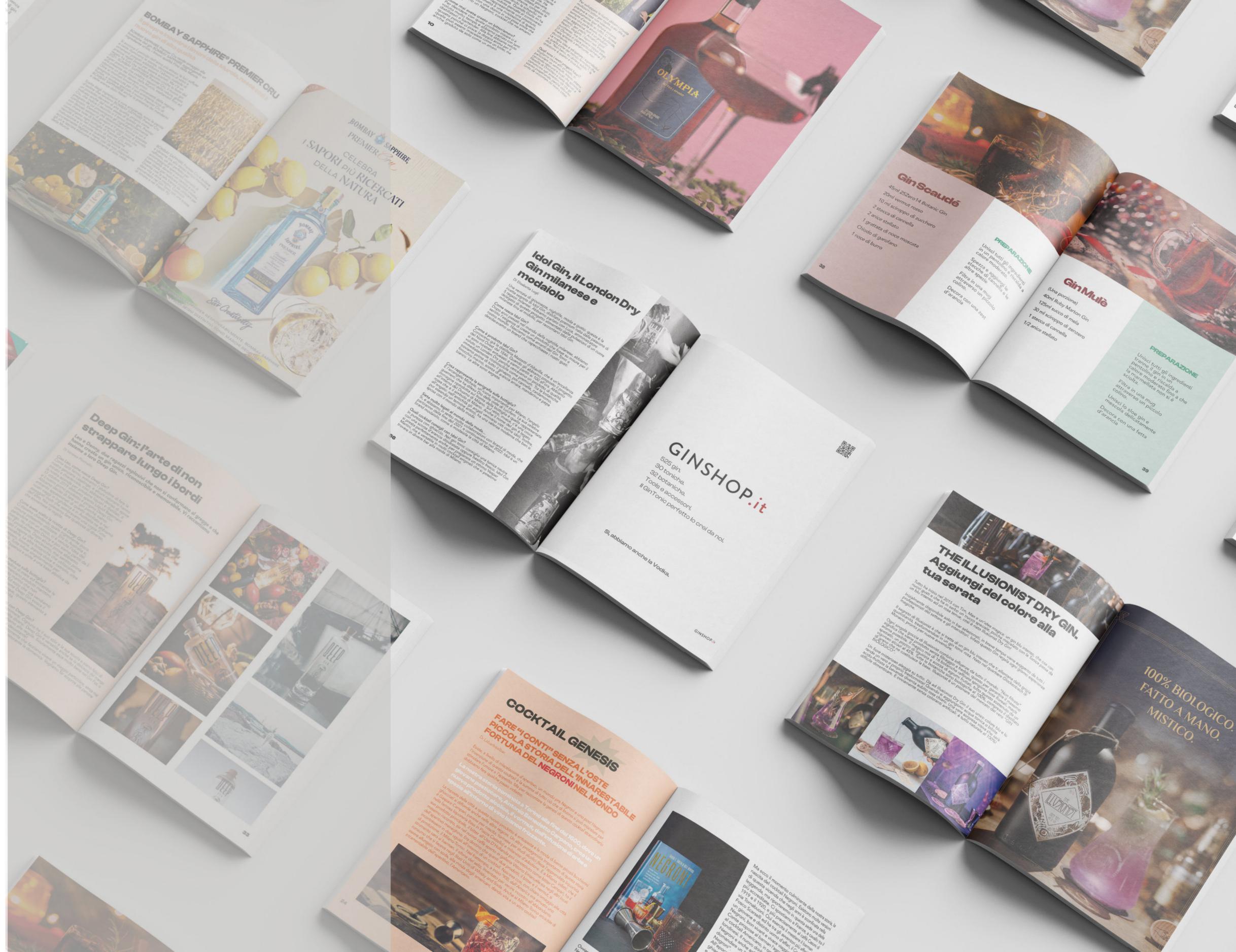


THAT'S THE SPIRIT

La rivista

ILGIN.it
GINSHOP.it



THAT'S THE SPIRIT

La rivista

Nasce "That's The Spirit", un magazine fresco e innovativo, ricco di interviste, contenuti e novità dal mondo degli spirits e non solo. Una rivista accattivante, un piacere per gli occhi, da collezionare in tutte le sue pubblicazioni.

ILGIN.it
GINSHOP.it

That's the Spirit!

La Rivista!

15 ricette di cocktail per le tue vacanze di Natale

15 gin per sorprendere amici e parenti

La Rivista!

15 ricette di cocktail per le tue vacanze di Natale

La Rivista!

15 ricette di cocktail per le tue vacanze di Natale

15 ricette di cocktail per le tue vacanze di Natale
15 gin per sorprendere amici e parenti

La Rivista!

15 ricette di cocktail per le tue vacanze di Natale



The Jerry Thomas Project

Il primo "Secret Bar" italiano diventato un punto di riferimento per colleghi, appassionati e passanti sul mondo della mixologia.

Il Jerry Thomas Speakeasy nasce dall'idea di riportare alla luce uno stile di miscelazione ormai dimenticato. Nel 2010 un gruppo di Bartender (Antonio Parlapiano, Leonardo Leuci, Roberto Artusio e successivamente Alessandro Procoli) decide di dare vita a questo piccolo Club nel cuore della Capitale mettendo a disposizione di colleghi, appassionati e curiosi un luogo dove sperimentare e condividere le loro particolari esperienze. Nasce così il Primo "Secret Bar" Italiano. Gli anni che seguono sono fatti di viaggi, ricerca, studio, scambi culturali, seminari e tanta determinazione che permetterà al Jerry Thomas Speakeasy di entrare per ben sei volte nella classifica dei "50 World Best Bar".

Dopo undici anni di attività il "Jerry" rimane un punto di riferimento per la miscelazione in Italia, continuando a cercare, sperimentare e diffondere le proprie conoscenze con lo stesso entusiasmo dell'inizio.

Jerry Thomas Speakeasy

Vicolo Cellini, 30, 00186 Roma RM



18

Diventa anche tu un locale de ilGin.it, scrivi a info@thatsthespirit.it



Distribuito in esclusiva in Italia da J.GASCO srl - Bevi TAVRVS GIN responsabilmente

THAT'S THE SPIRIT

La rivista

Pagina Pubblicitaria: partecipa a That's the spirit presentando il tuo prodotto con una pagina pubblicitaria a te dedicata, di grande impatto, grazie al suo formato immersivo (30x22,5).

500 euro*

*tutti i prezzi sono da considerarsi al netto dell' iva



300 euro*

THAT'S THE SPIRIT

La rivista

Mezza Pagina Pubblicitaria: partecipa a That's the spirit presentando il tuo prodotto con una pagina pubblicitaria a te dedicata, di grande impatto, grazie al suo formato immersivo (30x22,5).

*tutti i prezzi sono da considerarsi al netto dell' iva

THAT'S THE SPIRIT

La rivista

Articolo redazionale: due pagine, interamente dedicate al tuo brand, con un'intervista, la preparazione di un tuo perfect serve, o tutte le curiosità che hai sempre voluto raccontare a tutti gli spirits lover d'Italia.

ILGIN.it
GINSHOP.it

COCKTAIL GENESIS

FARE "I CONTI" SENZA L'OSTE PICCOLA STORIA DELL'INNARESTABILE FORTUNA DEL NEGRONI NEL MONDO

Di Labarbaalbar

Esiste, a livello di miscelazione d'aperitivo, un mondo pre Negroni e uno post Negroni: l'invenzione di questo cocktail è la somma di tutto ciò che di buono si può miscelare per stimolare l'umore e l'appetito. Ma per raccontare la genesi di questo cocktail straordinario dobbiamo fare qualche passo indietro.

La nostra storia comincia a Torino alla fine del 1600, dove un giovane pasticcere, Antonio Benedetto Carpano, crea un nuovo prodotto alcolico, il vermut, dall'infusione di erbe e spezie all'interno di vino bianco frizzante.

La risposta della città a questo nuovo prodotto è entusiasta e la moda di bere piccoli bicchierini ghiacciati si diffonde anche nelle altre regioni. Un altro protagonista importante di questa storia è Gaspare Campari, pavese per nascita, torinese per studi alcolici (fece l'apprendista liquorista nella famosa liquoreria Bass in Piazza Castello) e milanese d'adozione. È a Milano, infatti, che il suo prodotto principale, il bitter all'Uso D'Hollanda poi conosciuto come bitter Campari, ha il massimo riscontro, sia nel nuovo caffè aperto in galleria Vittorio Emanuele sia negli altri locali dell'aperitivo meneghino. Era destino che questi due prodotti, il bitter e il vermut, si incontrassero in dosi uguali all'interno di un cocktail. Nasceva così, con chiaro omaggio alle città di produzione, il Milano-Torino. Nel frattempo, a inizio '900, dall'America era arrivato uno strumento caro ai barman, il sifone del seltz, inventato per venire incontro all'abbondante consumo che si faceva negli Stati Uniti di Whisky and Soda. Anche al Milano-Torino accadde di essere allungato con soda, alla moda degli americani, dando vita a un altro cocktail intramontabile dell'aperitivo, l'Americano.



24



Ovviamente la ricetta del Negroni si presta a infinite e successive variazioni, con tequila, mezcal o vodka. La più famosa però rimane anche la più "sbagliata". Per il finale di questa storia facciamo un ulteriore salto temporale, nella Milano degli anni Sessanta, dove aveva aperto un American Bar, il bar Basso, ottimo servizio e bicchieri da cocktail fatti realizzare apposta in una vetreria di Murano. Ad uno dei giovani barman, il neo-assunto Mirko Stocchetto, viene chiesto un Negroni, per combattere la canicola di quel giorno estivo.

Preso dall'emozione, dopo aver versato nel bicchiere bitter e vermut, al posto della bottiglia di gin, afferra e versa una bottiglia di spumante. Resosi conto dell'errore e non volendo rischiare il posto di lavoro, sorride e servi al cliente un "Negroni Sbagliato": meno alcolico e quindi più adatto alle alte temperature dell'estate meneghina. Fu un ulteriore tassello di una fortuna inarrestabile che dura sino ad oggi e che ha portato questo pezzetto d'Italia nella drink list di quasi tutti i locali del mondo.



25

800 euro*

*tutti i prezzi sono da considerarsi al netto dell'iva

THAT'S THE SPIRIT

La rivista

Deep Gin: l'arte di non strappare lungo i bordi

Leo e Denny, due ragazzi esplosivi che non si conformano al gregge e che hanno creato un gin unico, riconoscibile e memorabile. Vi raccontiamo insieme a loro Deep Gin.

Di Vanessa Piromallo

Ciao Leo, come nasce Deep Gin? Come tanti fanno, avevamo l'abitudine di fare la nostra genziana casalinga, e alcuni ristoranti hanno iniziato a chiedercela, così abbiamo deciso di aprire la nostra azienda per produrre liquori e distillati. Il 17 ottobre 2019 abbiamo aperto Liquid Basement e il nostro primo prodotto è proprio Deep Gin. Abbiamo deciso di fare un gin perché siamo entrambi appassionati di questo distillato e nei nostri viaggi in Inghilterra e in Australia ne abbiamo assaggiati molti che sembravano una copia l'uno dell'altro. Noi volevamo fare qualcosa di diverso, che sovvertisse le regole.

Come avete scelto la ricetta di Deep Gin? Ci stavamo chiedendo quale ingrediente poco comune potessimo utilizzare. Ero in Australia e, parlandone con un amico, ci è venuta l'idea del mango. Ho chiamato Denny e poi siamo partiti da lì con il produttore. Dopo alcune prove abbiamo trovato il sapore che cercavamo, mai sentito prima e memorabile. Le altre botaniche che utilizziamo sono zenzero, limone, arancia dolce e cetriolo, oltre al ginepro. Tutte infuse singolarmente per catturarne l'essenza e unite a una base alcolica da grano italiano.

Cosa significa la medusa sulla bottiglia? Viviamo in una cittadina di mare ed entrambe le nostre famiglie commerciano prodotti marittimi. Qual è l'unico elemento marino che non vendiamo? La medusa! Ed ecco che ora vendiamo anche quella... Anche il nome Deep Gin evoca il mare, la profondità delle acque, questo elemento a cui noi siamo legati dalla nascita.

Quali sono i vostri drink preferiti con Deep Gin? Diamo ai bartender la libertà di esprimersi. Ognuno ha il suo stile e la sua scuola e siamo felici di rimanere sorpresi da cocktail ogni volta diversi. Deep Gin è versatile anche se la dolcezza del mango non lo rende universale, ma noi non stiamo alle regole. Sicuramente esce molto bene nel Gin Fizz, o Deep Fizz, e nel Gin Sour (Deep Sour) è devastante! Punteremo sempre a fare prodotti controcorrente che facciano vivere un viaggio particolare, senza mai fermarsi come fa chi va sempre allo stesso ristorante la domenica. Vogliamo far scoprire alle persone nuove esperienze sensoriali e personali.



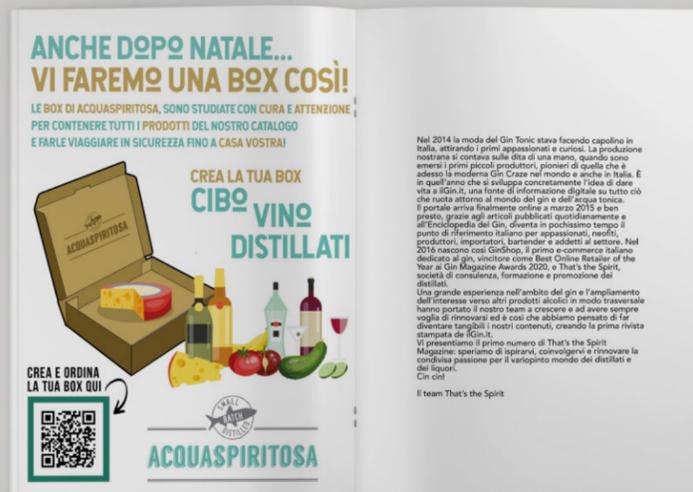
32

33

800 euro*

**Articolo Redazionale +
Pagina pubblicitaria:**
Approfitta subito
dell'offerta sull'acquisto
dei due servizi, per avere
il massimo della visibilità
con un'offerta imperdibile.

*tutti i prezzi sono da considerarsi al netto dell'iva



Seconda di copertina

800 euro*

THAT'S THE SPIRIT

La rivista



Terza di copertina

700 euro*

Pagine pubblicitarie in evidenza:

Dai il massimo della visibilità ai tuoi prodotti scegliendo la seconda, la terza o la quarta di copertina!



Quarta di copertina

1000 euro*

*tutti i prezzi sono da considerarsi al netto dell' iva

	Sconto	Tot	Tot scontato	Tot scontato per uscita
1 Uscita	-	500 €	500 €	500 €
3 Uscite	10%	1500 €	1350 €	450 €
5 Uscite	20%	2500 €	2000 €	400 €
12 Uscite	40%	6000 €	3600 €	300 €

Sconto edizioni multiple

Pagina Pubblicitaria

	Sconto	Tot	Tot scontato	Tot scontato per uscita
1 Uscita	-	300 €	300 €	300 €
3 Uscite	10%	900 €	810 €	270 €
5 Uscite	20%	1500 €	1200 €	240 €
12 Uscite	40%	3600 €	2160 €	180 €

Sconto edizioni multiple

Mezza Pagina Pubblicitaria

	Sconto	Tot	Tot scontato	Tot scontato per uscita
1 Uscita	-	800 €	800 €	800 €
3 Uscite	10%	2400 €	2160 €	720 €
5 Uscite	20%	4000 €	3200 €	640 €
12 Uscite	40%	9600 €	5760 €	480 €

Sconto edizioni multiple

Articolo redazionale + Pagina Pubblicitaria

THAT'S THE SPIRIT

La rivista

ILGIN.it
GINSHOP.it

