THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

ıL**GIN**.it GINSHOP.it



THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

That's the Spirit is Italy's point of reference for both lovers of spirits and for professionals in the field. A collectable item, a jewel to browse, read and study.

ILGIN.it GINSHOP.it

- Circulation of 5000 copies
- Sent with all orders of GinShop.it
- Distributed in venues selected by ilGin.it
- 48 pages of content and exclusives on the world of spirits
- High quality print e binding
- Bimonthly frequency



ILGIN.it GINSHOP.it



THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Full Page and Half Page Advertisment:

Jump aboard That's the Spirit by presenting your product in an impactful, immersive format with our Full and Half Page Advertisments (30x22,5 e 15x22,5).

500 Euro* 350 Euro*

THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Article:

two pages, entirely dedicated to your brand, with either an interview, your own perfect serve, or any and all curiosities you have always wanted to tell Italian spirits lovers.





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

)i Labarbaalbar

Esiste, a livello di miscelazione d'aperitivo, un mondo pre Negroni e uno post Negroni: l'invenzione di questo cocktail è la summa 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 indistro.

giovano pasticcere, Antonio Benedetto Carpano, crea un nuovo prodotto alcolico, il vermut, dall'infusione di erbe e spezia all'interno di vino bianco frizzante.

La risposta della città a questo nuovo prodotto è entusiasta e la moda di berne piccoli bicchienio ghiacciati si diffonde anche nelle altre regioni. Un altro protagonista importante di questa storia è Gaspare Campari, pavese per nascita, torinese per studi alcofici (foce l'apprendista liquorista nella farnosa 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 neli ruovo caffe 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 cocktali. 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 all'ungato con soda, alla moda degli americani, dando vita a un altro cocktali



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 neoassunto Mirko Stocchetto,

viene chiesto un Negroni, per

combattere la canicola di quel

Negroni si presta a infinite e

tequila, mezcal o vodka. La più

famosa però rimane anche la

più "sbagliata". Per il finale di

questa storia facciamo un

più accreditate. Ci spostiamo a Firenze, a cavallo tra il 1919 e il 1920, e più precisamente al caffè Casoni di via Tornabuoni. Qui esercita il mastiere il barman Fosco Scarseli ed ha tra gli avventori più affezionati un giovane e distinto uomo d'affari, il Conte Camillo Negroni, bon vivant e vivace viaggiatore. Un giomo il Conte propose al barman l'aggiunta di un po' di gin al cocktail Americano, in ornaggio alle sue trasferte londinesi. Il nuovo drink piacque molto al giovane Negroni e anche agli altri avventori presero l'uso di domandare un "Americano alla moda del Conte Negroni".

All'epoca il drink era servito molto freddo, ma senza ghiaccio e vedeva la contemporanea presenza di gin e seltz. La modica quantità del drink spiega come il Conte ne bevesse anche una ventina al giorno.

nascita del cocktail Negroni. Esistono molte versioni di questa vicenda che negli anni è sconfinata nella leggenda, ma riporteremo in questa sede una delle

All'epoca il drink era servito molto freddo, ma senza ghiaccio e vedeva la contemporanea presenza di gin e seltz. La modica quantità del drink spiega come il Conte ne bevesse anche una ventina al giorno, quantità impensabile oggi con gli attuali dosaggi. Nel tempo il seltz nella ricetta scomparve e rimasero solo bitter, vermut e gin in parti uguali, in un biochiere con ghiaccio, ingrediente oramai più facilmente reperibile. Anche il nome cambiò per attestarsi nell'iconico "Negroni".

Preso dell'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, sorrise e servi al cliente un "Negroni Sbagliato": meno alcolico e quindi più adatto alle alte temperature dell'estata

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

24

ILGIN.it GINSHOP.it

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 liquiori 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 li
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 medusal 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 devastantel

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.













33



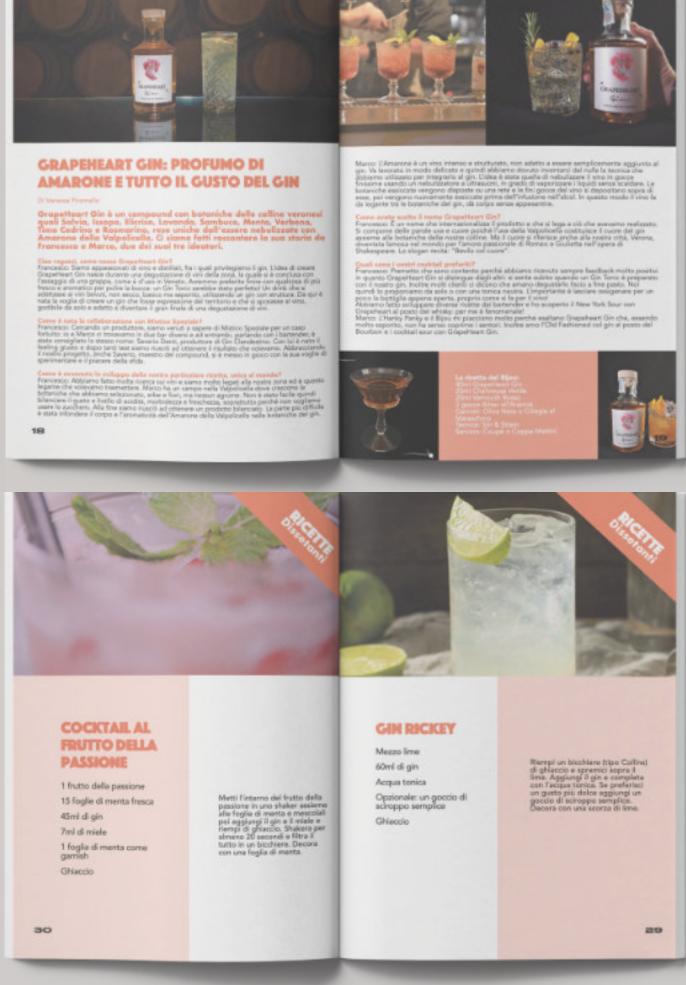
THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Article + Full Page Adv:
With this package you will have a page dedicated to the story of your brand and one for your advertising

ILGIN.it GINSHOP.it





2.400 Euro* 2.160 Euro*

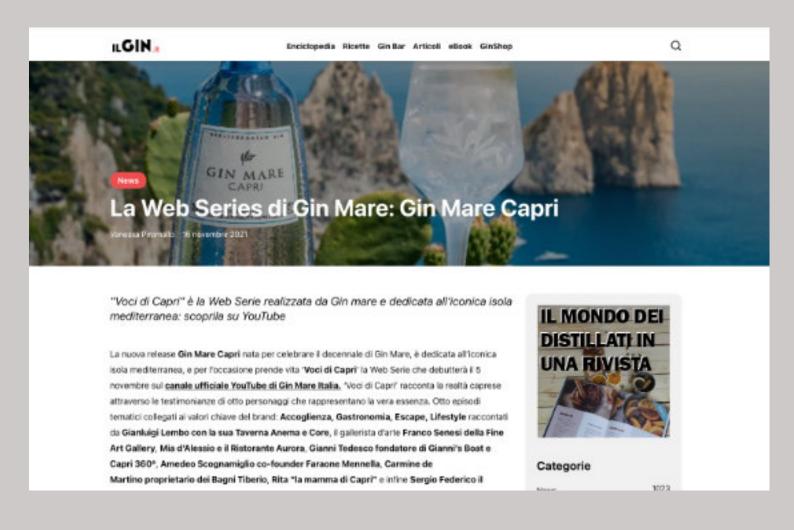
THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Storytelling Bundle:

Three releases, each with content dedicated to your brand:

- Interview
- Recipe
- Review or specific focus





3 articoli

3 articoli

3.060 Euro* 2.700 Euro*

THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Storytelling Bundle:

Magazine + ilGin.it

Three articles to be published on ilGin.it and three articles in That's The Spirit! printed magazine.

^{*} All prices are to be be considered net of VAT







Inside Front Cover

800 Euro*

Inside Back Cover

700 Euro*

Back Cover

1000 Euro*

THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Feature Advertisment Pages:

Give your products the best visibility by choosing our featured placements!

^{*} All prices are to be be considered net of VAT

	Discount	Total	Discounted Total	Cost per Placement	Multiple placement Discount
1 Placement	_	500 €	500 €	500 €	Full Page Advertisment
3 Placements	10%	1500 €	1350 €	450 €	
5 Placements	20%	2500 €	2000 €	400 €	
12 Placements	40%	6000€	3600 €	300 €	
					Multiple placement
	Discount	Total	Discounted Total	Cost per Placement	Discount
1 Placement	_	350 €	350 €	350 €	Half Page Advertisment
3 Placements	10%	1050 €	945 €	315 €	
5 Placements	20%	1750 €	1400 €	280 €	
12 Placements	40%	4200 €	2520 €	210 €	
	Discount	Total	Discounted Total	Cost per Placement	Multiple placement Discount
1 Placement	-	800 €	800 €	800 €	Article
3 Placements	10%	2400 €	2160 €	720 €	
5 Placements	20%	4000 €	3200 €	640 €	
12 Placements	40%	9600 €	5760 €	480 €	