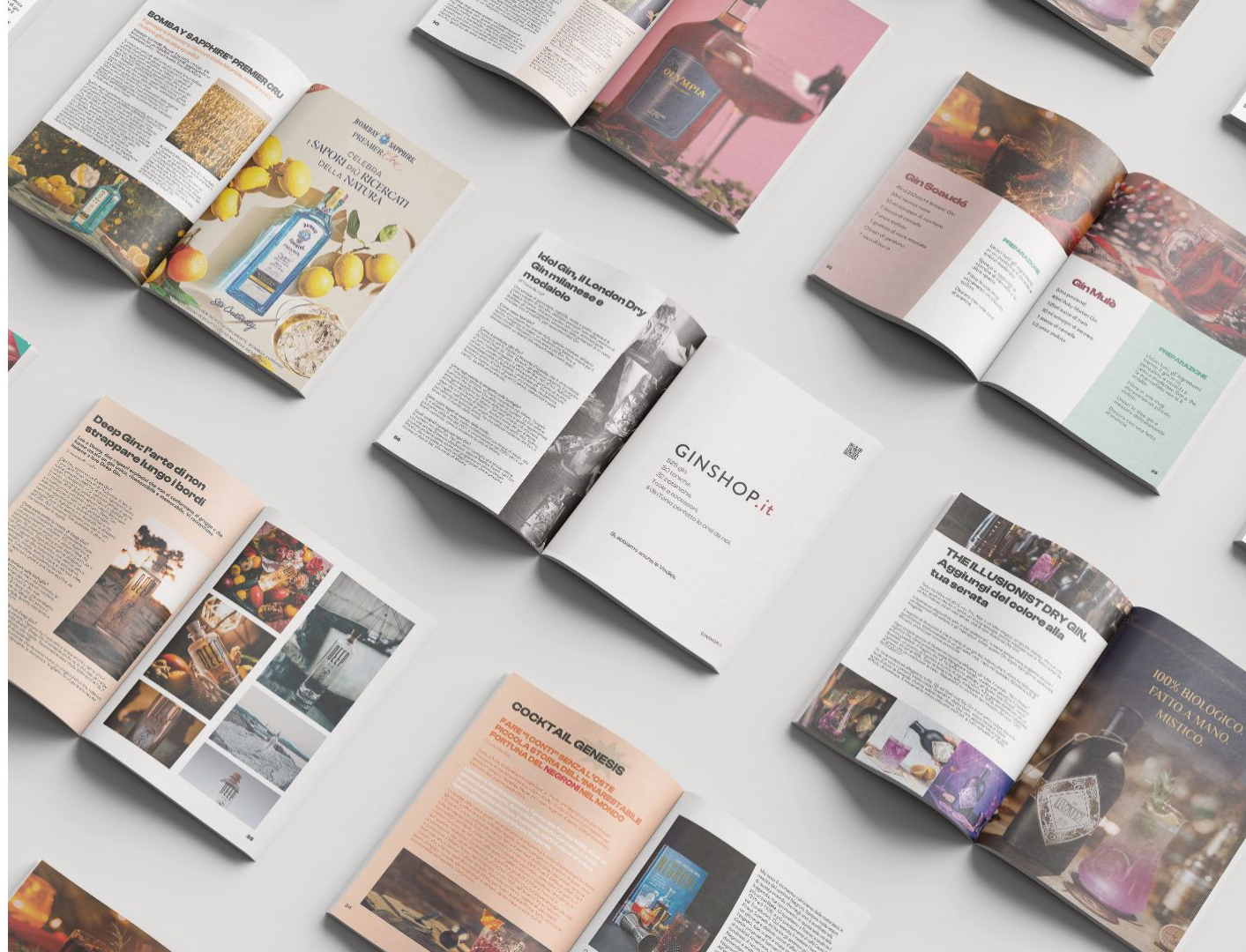


THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

ILGIN.it
GINSHOP.it



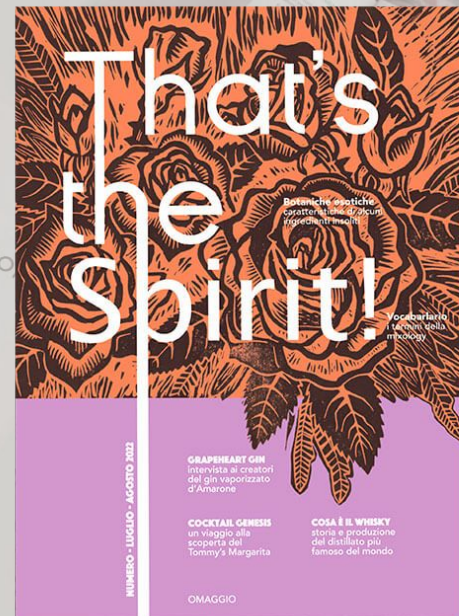
THAT'S THE SPIRIT

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.

- 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 and binding

ilGIN.it
GINSHOP.it





500 Euro*

350 Euro*

THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Full Page and Half Page Advertisement:

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

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.

ILGIN.it
GINSHOP.it

COCKTAIL GENESIS

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

Di Lulababbari

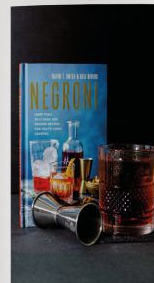
Ecco, a livello di ricostituzione d'aperitivo, un mondo per Negroni e uno per Negroni: l'invenzione di questo cocktail è la somma di tutto ciò che di buono si può miscelare per ottenere l'unico e l'apoteosi. Ma per raccontare la genesi di questo cocktail straordinario dobbiamo fare qualche passo indietro.

La nostra storia comincia a Torino alla fine del 1800, dove un giovane pasticcere, Antonio Benedetto Carpano, crea un nuovo prodotto alcolico, il vermouth, dall'infusione di erbe e spezie nell'aroma di vino bianco fortificato.

La ricetta della città è questo nuovo prodotto è omologata e la moda di bere piccoli bicchieri ghiacciati si diffonde anche nelle altre regioni. Un altro protagonista importante di questa storia è Caspari Carpano, piovole per nascita, formatosi per studi alcoli (Bis) l'apoteosi liquida nella famosa liquoreria Baci in Piazza Castello e minatore d'abozzone. È a Milano, infatti, che il suo prodotto principale, il bitter al Uco D'Hollandia poi conosciuto come bitter Carpano, ha il massimo riconoscimento, sia nel nuovo caffè aperto in galleria Vittorio Emanuele sia negli altri locali dell'aperitivo meneghino. Era davvero che questi due prodotti, il bitter e il vermouth, si incontrano in due ugali all'interno di un cocktail. Nacchia così, con chiaro omaggio alle città di produzione, il Milano-Torino. Nel frattempo, a fine '900, dall'America era arrivato uno sciamano caro ai barman, il sifone del sale, inventato per venire incontro all'abbondante consumo che si faceva negli Stati Uniti di Whisky and Soda. Anche al Mario Torino accade di essere allungato con soda, alla moda degli americani, dando vita a un altro cocktail inimitabile dell'aperitivo, l'Americon.



24



Ovviamente la ricetta del Negroni si presta a infinite e successive variazioni, con twist, mezze 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 vetrina di Milano. Ad uno dei giovani barman, il neozaruto Mikko Stochetto, viene chiesto un Negroni, per combattere la carenza di quel giorno estivo.

Preso dall'emozione, dopo aver versato nel bicchiere bitter e vermouth, al posto della bottiglia di gin, afferra e versa una bottiglia d'aromatizzato. Reato contro del vermouth e non volendo rischiare il posto di lavoro, sorride e sorride al cliente un "Negroni Sgarbiato", meno alcolico e quindi più adatto alle alte temperature dell'estate meneghina. Fu un ulteriore tassello di una fortuna inimitabile che dura sino ad oggi e che ha portato questo pasticcio d'Italia nella drink list di quasi tutti i locali del mondo.

Ma ecco il momento culminante della nostra storia, la nascita del cocktail Negroni. Esistono molte versioni di questa bevanda che negli anni è sconfitta nella leggenda, ma riporteremo in questa sede una delle più sconfitte. Ci spostiamo a Firenze, a cavallo tra il 1919 e il 1920, e più precisamente al caffè Casini di via Tornabuoni. Qui esercita il mestiere il barman Fosco Scarselli ed ha tra gli avventori più affezionati un giovane e distinto uomo d'affari, il Conte Camillo Negroni, bon vivant e vivace viaggiatore. Un giorno il Conte propose al barman l'aggiunta di un po' di gin al cocktail Americano, in omaggio alle sue tradizioni londinesi. Il nuovo drink piacque molto al giovane Negroni e anche agli altri avventori presso 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 vermouth. La modesta quantità del drink spiega come il Conte ne bevvesse anche una ventina al giorno, quantità impensabile oggi con gli attuali dosaggi. Nel tempo il salto nella ricetta scomparve e rimasero solo bitter, vermouth e gin in parti uguali, in un bicchiere con ghiaccio, ingrediente ormai più facilmente reperibile. Anche il nome cambiò per attestarsi nel "cocktail "Negroni".



25

800 Euro*

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 Pissinatti

Ciao Leo, come nasce Deep Gin? Come tanti fanno, avevamo l'abitudine di fare la nostra ginestra casalinga, e alcuni rapporti hanno iniziato a chiedercela, così abbiamo deciso di aprire la nostra azienda per produrre liquori e distillati. Il 17 ottobre 2017 abbiamo aperto Liquid Rosement e il nostro primo prodotto è proprio Deep Gin. Abbiamo deciso di fare un gin perché siamo entusiasti 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. Eric Auspice e, parlando 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 anice, limone, arancia dolce e cedrina, oltre al prezzemolo. 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 commercializzano 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 esperimenti. C'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 siamo alle regole. Sicuramente se ne fa molto bene nel Gin Tonic, o Deep Fizz, e nel Gin Sour (Deep Sour) dovremmo! Puntiamo 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.



THAT'S THE SPIRIT

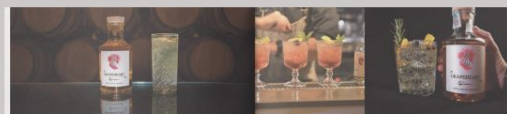
The Magazine

Article + Full Page Adv:

With this package you will have a page dedicated to the story of your brand and one for your advertising

~~1.300 Euro*~~

1.000 Euro*



THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Storytelling Bundle:

Three releases, each with content dedicated to your brand:

- Interview
- Recipe
- Review or specific focus

~~2.400 Euro*~~
2.160 Euro*



3 articles



3 articles

~~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.



Inside Front Cover

800 Euro*



Inside Back Cover

700 Euro*



Back Cover

1000 Euro*

THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Feature Advertisement Pages:

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

	Discount	Total	Discounted Total	Cost per Placement
1 Placement	-	500 €	500€	500€
3 Placements	10%	1500€	1350€	450€
5 Placements	20%	2500€	2000€	400€
12 Placements	40%	6000€	3600€	300€

Multiple placement Discount

Full Page Advertisement

	Discount	Total	Discounted Total	Cost per Placement
1 Uscita	-	350€	350€	350€
3 Uscite	10%	1050€	945€	315€
5 Uscite	20%	1750€	1400€	280€
12 Uscite	40%	4200€	2520€	210€

Full Page Advertisement

Full Page Advertisement

	Discount	Total	Discounted Total	Cost per Placement
1 Uscita	-	800 €	800 €	800€
3 Uscite	10%	2400€	2160€	720€
5 Uscite	20%	4000€	3200€	640€
12 Uscite	40%	9600€	5760€	480€

Full Page Advertisement

Article

THAT'S THE SPIRIT

The Magazine

Contacts:

bazze@thatsthespirit.it

whatsapp 3515434741

