



FRATELLI BRANCA DISTILLERIE

Monitoraggio media dal 18 aprile 2022 al 30
luglio 2022

INDICE

BRANCA BRANDS

28/07/2022 Udite udite! 10:14	10
All'Orange Spritz Bar, la prima Spritzeria nel cuore della movida di Milano, si aggiunge alla drink list da domani il "Fresko", l'esclusivo spritz del #newspritzfriday	
29/07/2022 Corriere di Viterbo	12
Menu vari e gustosi, e un punto di riferimento per i ciclisti di passaggio	
27/07/2022 elle.it	13
Nahalie Wenko e Nicolò Rossi ci svelano i segreti del mondo del bartending	
26/07/2022 Corriere di Viterbo	16
Menu sempre differenti per impreziosire l'estate	
25/07/2022 foodandwineitalia.com 14:42	17
Mescolato, non agitato	
24/07/2022 cuneo24.it 10:30	19
C'è ancora tempo per visitare l'esposizione di Andrea Armagni a Cuneo	
23/07/2022 legendanews.com 07:00	20
Bardonecchia: alla scoperta del Vermouth e del Gin alla Tur d'Amun	
22/07/2022 FOOD&WINE ITALIA	22
GIOVANE BAR ITALIA / 2	
22/07/2022 ilgolosario.it	23
L'amaro in miscelazione: 3 cocktail per l'estate firmati Distillerie Berta	
21/07/2022 Corriere dello Sport / Stadio - Nazionale	25
«Di sbagliato aveva solo la maglia»	
20/07/2022 La Repubblica - Milano	28
I musei nascosti da riscoprire passeggiando	
19/07/2022 Giornale di Carate	30
Nudo sulla tomba, scatta la denuncia	
16/07/2022 Il Cittadino di Monza e Brianza - Brianza Nord	31
Due denunce per la festa in un catino al cimitero	
15/07/2022 ItaliaOggi	32
I marchi parlano per strada	

13/07/2022 mixerplanet.com 06:00	33
Opificio Fred tra le sorprese di Villa Guelpa	
12/07/2022 mixerplanet.com 10:00	34
I cocktail per l'estate 2022 di Distillerie Berta	
12/07/2022 ItaliaOggi	36
I figli di Berlusconi e Veronica si riorganizzano	
10/07/2022 La Provincia di Como	37
il film che coniò lo stile italiano	
09/07/2022 La Provincia di Sondrio	40
il film che coniò lo stile italiano	
08/07/2022 National Geographic Italia	43
HAPPYHOUR SCOPERTE BRASILIANE	
07/07/2022 DailyMedia	44
A Media Club la gara da 8 milioni di euro di f.lli Branca, on air estivo per Brancamenta	
05/07/2022 MF - Nazionale	45
Branca nel beverage online con Etilika	
01/07/2022 laprimapagina.it 08:31	46
In radio ?No Panic? nuovo singolo di Pietro Falco	
30/06/2022 DIE ZEIT	47
Familie Bling-Bling	
28/06/2022 linkiesta.it 05:00	51
L'happy hour si rimette in forma	
27/06/2022 Vivi Nordest	54
Top Five , i classici reloaded	
25/06/2022 Luciano Pignataro Wineblog 09:30	55
Roma: al Caffè Hungaria spicca il talento del nuovo pastry chef Alessandro Capotosti	
24/06/2022 gazzettadimilano.it 10:51	58
Dove gustare cocktail a base di Fernet-Branca: i migliori cocktail bar di Milano.	
24/06/2022 Corriere di Bologna - Nazionale	61
da non perdere	
22/06/2022 Food e Beverage	62
Chandon Garden Spritz avventura e innovazione	

20/06/2022 Luciano Pignataro Wineblog 16:47	67
Spicy a Catania, il giro del mondo in un paio di drink	
18/06/2022 newsfood.com 17:58	69
Grande successo per la serata di degustazione Kimbo Sparkling Coffee	
18/06/2022 Giornale di Brescia	71
Una passione condivisa e formule da riscoprire	
16/06/2022 coolinmilan.it 00:37	72
Giovedrink: degustazione ice cream-cocktail del Pastry Chef Reposo	
15/06/2022 Area	73
la creatività di barcellona alla design week 2022 creativity from barcelona at design week 2022	
15/06/2022 Corriere della Sera - Torino	75
Soldi per il castello grazie alla cena sabauda (con menu e abiti)	
13/06/2022 Vogue.com	77
Inside Madrid's First-Ever Pisco Bar-Perched Alongside the City's Biggest Rooftop Pool	
12/06/2022 Libero - Nazionale	79
Alla "Eno Week" di Moncalieri l'Italia in bottiglia	
10/06/2022 Sueddeutsche Zeitung	80
Entdecken Sie unsere Vielfalt!	
10/06/2022 La Gazzetta dello Sport - Nazionale	81
Le orecchiette fatte a mano del resort Borgo Egnazia: con le cime o al pomodoro	
09/06/2022 Il Risveglio Popolare	82
Gli eventi al Castello di Masino	
08/06/2022 Corriere della Sera - Torino	83
Ai Murazzi apre Giancarlo E con le ricette di Peliti arriva anche la vermuteria	
07/06/2022 Corriere della Sera - Milano	84
GIUGNO IN CITTÀ	
29/07/2022 btboresette.com	87
Arriva Fresko all'Orange Spritz Bar	
28/07/2022 agroalimentarenews.com	88
Redazionale Branchinotto: tutto quello che c'è da sapere sul cocktail dissetante targato Fernet-Branca	

24/07/2022 primamerate.it 10:32	89
Nudo sulla tomba, scatta la denuncia	
23/07/2022 primamonza.it 14:58	90
Nudo sulla tomba, scatta la denuncia	
23/07/2022 Le Cronache di Salerno	91
Deidda e i suoi emozionano il pubblico dello Charlot	
21/07/2022 Corriere di Saluzzo	92
L'ottocento piemontese tra il colera ed il Fernet	
19/07/2022 roma.repubblica.it	94
Ferdinando Arnò, dalla scoperta di Malika con uno spot al premio Tenco 2022: "I jingle sono come bonsai. Un mondo d'oro racchiuso in 30 secondi"	
18/07/2022 icon.panorama.it 10:00	96
I libri ispiratori di serie tv di successo da leggere questa estate	
13/07/2022 huffingtonpost.com	99
How To Make A Perfect Negroni, An Easy Drink You Can Definitely Master	
14/07/2022 JOY Free Press 00:35	101
Opificio Fred in tour per l'Europa per rivoluzionare il mondo degli spirits e della mixology	
14/07/2022 huffingtonpost.co.uk 05:27	103
How To Make A Perfect Negroni, An Easy Drink You Can Definitely Master	
12/07/2022 horecanews.it 14:18	105
Brockmans Gin propone i cocktail ideali per l'estate	
12/07/2022 Giornale di Carate	107
Si fa il bagno nudo sulla tomba del nonno La performance gli costerà una denuncia?	
09/07/2022 legendanews.com 07:00	108
Bardonecchia: alla scoperta del Vermouth e del Gin alla Tur d'Amun	
08/07/2022 mixerplanet.com 10:00	110
Petros Papageorgiou è il nuovo Direttore generale di Branca Distillerie	
08/07/2022 lastampa.it	111
SALITA IN TERRAZZA TAPAS CON VISTA	
06/07/2022 Tv Key	113
L'ART-VERTISING DI LORENZO MARINI	

04/07/2022 modernews.online 23:05	117
QUATTRO APPUNTAMENTI ESTIVI ALLA SCOPERTA DEL VERMOUTH E DEL GIN	
30/06/2022 horecanews.it 00:58	119
Grandi emozioni per l'Italia al World of Coffee 2022 a Milano. Carmen Clemente è campionessa del World Latte Art Championship 2022!	
27/06/2022 financialounge.com 07:56	121
I family office fanno leva sul private equity	
27/06/2022 Vivi Nordest	123
ENOTECHÉ	
26/06/2022 theguardian.com 07:00	124
Sargasso, Margate: 'Exquisitely good taste' - restaurant review	
24/06/2022 Il Notiziario	127
La capsula del tempo	
20/06/2022 italiaatavola.net 07:30	128
Silvia D'Alonzo, giovane barlady: «Ogni giorno si impara e si cresce»	
18/06/2022 beverfood.com 10:00	130
Grande successo per la serata di degustazione Kimbo Sparkling Coffee	
17/06/2022 unipr.it 13:43	132
26 giugno: allo CSAC le musiche della pubblicità televisiva e delle sigle dei programmi TV	
16/06/2022 punchdrink.com	134
12 Amaro Cocktails for the Modern Drinker	
15/06/2022 FOOD&WINE ITALIA	135
Mescolato, non agitato Trucchi da maestro per perfetti cocktail "Stir&Strain".	
15/06/2022 Vivi Milano	138
SE IL ROSOLIO REINVENTA UN CLASSICO	
13/06/2022 bargiornale.it 15:42	139
Lucius Dry Gin: arriva dal Piemonte il gin al gorgonzola	
11/06/2022 ansa.it	141
Al via la prima edizione della Settimana del Vermouth di Torino	
10/06/2022 lastampa.it	142
DI IERI E DI OGGI LA CASA è aperta	
10/06/2022 La Nuova Sardegna - Nazionale	144
Drink e colori Il gusto anche per gli occhi	

08/06/2022 gqitalia.it	146
I migliori gin che abbiamo provato al Roma Bar Show (e che puoi provare anche tu)	
08/06/2022 La Repubblica - Torino	150
C'è vita lungo i Murazzi ecco le prime inaugurazioni La vera rinascita a settembre	
07/06/2022 Messaggero Veneto - Nazionale	154
Queen Elizabeth, 96 anni e soltanto un po' di "stanchezza"	
29/07/2022 infooggi.it 15:32	155
All'Orange Spritz Bar si aggiunge alla drink list da il "Fresko", lo spritz dell'estate	
28/07/2022 italianwinesandspirits.com 14:43	157
È ARRIVATO IL #NEWSPRITZFRIDAY!	
22/07/2022 foodandwineitalia.com 13:02	159
Superare i limiti della pizza significa saperla abbinare	
21/07/2022 Le Cronache di Salerno	162
Sandro Deidda suona le più belle sigle della Tv	
19/07/2022 agenpress.it	165
Fernet Branca lascia il segno: il culto dell'amaro e i tatuaggi in puro Branca Style	
18/07/2022 vicenzatoday.it 11:43	167
Cena sul Ponte di Bassano, ecco il menu e come partecipare	
14/07/2022 JOY Free Press 00:35	168
Opificio Fred tra le sorprese di Villa Guelpa	
13/07/2022 punchdrink.com	169
How About a Drizzle of Balsamic?	
12/07/2022 Marketingjournal.it 18:55	171
Party Round Green: Aperitif con Fish & Chic	
11/07/2022 ilsecoloxix.it	173
Mojito: una vita blasonata e confusa, da sir Francis Drake a Hemingway	
08/07/2022 beverfood.com 16:44	175
Starhotels Collezione, la miscelazione d'autore con i Signature Cocktails alloggia qui	
07/07/2022 newsfood.com 21:57	177
Brancamenta torna on air per l'estate con una campagna omnichannel	

06/07/2022 Cinquantamila giorni 11:36	179
Quando la Loren accusò Pizzi di essere un terrorista rosso	
01/07/2022 laprimapagina.it 06:24	180
Fernet-Branca: 5 curiosità su un prodotto internazionale tutto da scoprire	
27/06/2022 financialounge.repubblica.it	182
I family office fanno leva sul private equity	
26/06/2022 ilvaglio.it	184
Dopo la scissione, la riabilitazione: la parabola di Luigi Di Maio, da 'bibitaro' ad uomo di establishment	
23/06/2022 Sala & Cucina	185
Cosa fa il Banco Alimentare	
20/06/2022 mixerplanet.com 06:00	188
Grande successo per la serata milanese di Kimbo Sparkling Coffee	
16/06/2022 scattidigusto.it 08:43	190
Aperitivo a Milano all'aperto: 12 indirizzi per un'estate indimenticabile	
15/06/2022 FOOD&WINE ITALIA	195
ROOM SERVICE/3	
15/06/2022 Corriere dello Sport / Stadio - Nazionale	199
Se Diego ci appare anche da morto	

BRANCA BRANDS

100 articoli

All'Orange Spritz Bar, la prima Spritzeria nel cuore della movida di Milano, si aggiunge alla drink list da domani il "Fresko", l'esclusivo spritz del #newspritzfriday

LINK: <https://udite-udite.it/2022/07/allorange-spritz-bar-la-prima-spritzeria-nel-cuore-della-movida-di-milano-si-aggiunge-alla-drink-list-da-doma...>

dalle Aziende All Orange Spritz Bar, la prima Spritzeria nel cuore della movida di Milano, si aggiunge alla drink list da domani il Fresko, l'esclusivo spritz del #newspritzfriday. La prima "Spritzeria" nel cuore di Porta Venezia a Milano con 16 diversi tipi di spritz in vari formati È arrivato il #newspritzfriday! Da domani, venerdì 29 luglio, si aggiunge alla drink list "Fresko" il nuovo spritz 28 Luglio 2022 8:14 La prima "Spritzeria" nel cuore di Porta Venezia a Milano con 16 diversi tipi di spritz in vari formati È arrivato il #newspritzfriday! Da domani, venerdì 29 luglio, si aggiunge alla drink list "Fresko" il nuovo spritz esclusivo a base di **Brancamenta** pensato per rinfrescare la torrida estate milanese Partito dal Triveneto per conquistare tutta la Penisola e diventare una vera e propria filosofia di vita, lo spritz è il cocktail simbolo degli aperitivi italiani! Dopo il successo degli spritz Capri e Cherrylove, da domani, venerdì 29 luglio, si aggiunge in esclusiva alla drink list il Fresko, il nuovo spritz della settimana

creato in occasione del #newspritzfriday. A base di **Brancamenta**, il Fresko è pensato per alleviare il fastidio del caldo torrido milanese delle ultime settimane. È il perfetto cocktail estivo da gustare all'ombra del nuovo dehor, un'oasi delimitata da palme, dalle panchine disegnate dall'artista Giò Colonna Romano, dotata di tavoli e di un fresco tendone color "rosso Campari". L'Orange Spritz Bar, la prima Spritzeria nel cuore della movida di Milano (in via Tadino 4, Porta Venezia), è nata da un'idea di Filippo Bosio e Marina de Bertoldi. Offre 16 diversi tipi di spritz in vari formati, abbinando i liquori classici con le bollicine del prosecco, rigorosamente alla spina come da tradizione. Ph credits Mauro Pomati © Ogni spritz viene impreziosito da una particolare guarnizione e da diversi gusti di soda: c'è il Laguna Blu con il Curaçao, il Pinky con il liquore al passion fruit, il Milano con il Cynar, il China Mon Amour con il China Martini e tanti altri da scoprire. L'ampia selezione permette di assemblare sempre nuovi spritz su richiesta dei

clienti. Oltre agli spritz, sono disponibili anche i cocktail tradizionali. La cucina interna prepara piadine, toast e pizze cucinate su pietra refrattaria nel forno. Proprio come in una caffetteria newyorchese, all'Orange Spritz Bar è possibile ordinare lo spritz in diversi formati, a partire da 3.50 euro. «Un locale che si sviluppa in profondità, dominato da una vetrata circondata da led arancioni che fa da contraltare a un bancone stile anni '80. Un soffitto cosparso di piccole lampade rossastre che ricordano la forma del bicchiere che si usa per lo spritz. Vino, liquori e topping di prima qualità. Tanta voglia di creare, ma sempre nel rispetto della tradizione, questa è la mia visione dell'ORANGE SPRITZ BAR spiega Filippo Bosio Mio padre è veneto di origini austriache ed è sempre stato appassionato di liquori. Marina de Bertoldi e Filippo Bosio soci fondatori Orange Spritz Bar Ph credits Mauro Pomati © Mi piaceva l'idea di recuperare le sue passioni mescolando così tradizione e innovazione. Il periodo di lockdown mi ha fatto

riflettere molto sulla qualità della vita, spingendomi a trasformare una mia passione in un vero e proprio lavoro. Grazie alla collaborazione con Marina, che lavora nel mondo della moda, e alla voglia di creare qualcosa di nuovo e divertente, ci siamo ispirati al glamour dei discoclub anni '80, esclusivo e nello stesso momento inclusivo. Mi piacerebbe che questo format si diffondesse magari anche nella formula franchising, sarebbe bello portare questa idea in altri luoghi simbolo della movida milanese, in altre città italiane e perché no, in tutto il mondo!». La "cler" dell'Orange Spritz Bar presenta un graffito originale ad opera dei writers Alberto Tornago e Federico Pastore. L'Orange Spritz Bar invita la sua clientela a rispettare l'ambiente e a non abbandonare i bicchieri nelle strade. Coloro che riportano al bancone il bicchiere che hanno usato per l'asporto ricevono uno sconto sulla consumazione seguente. Orange Spritz Bar è aperto dal martedì al sabato, dalle ore 18.00 alle ore 2.00. Ph credits Mauro Pomati © È possibile contattare il bar ai seguenti recapiti: mail orangespritzbar@yahoo.com, telefono 02-91443969, cellulare +39-3517220544. Gli amici a 4 zampe sono i

benvenuti! Instagram
Milano, 28 luglio 2022
#newspritzfridayFreskoMilano
Orange Spritz Bar
Condividi:

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA A CURA DELLA A.MANZONI & C.

Speciale **APERTI PER FERIE**

LE FELCI BISTRÒT > OLTRE ALLA CUCINA SONO PRESENTI UN'AREA RIPARAZIONE PER BICICLETTE E UN NEGOZIO DEDICATO

Menu vari e gustosi, e un punto di riferimento per i ciclisti di passaggio

Si trova in località Rio Seco, a Poggio San Lorenzo sulla via Salaria Vecchia, Le Felci Bistrot. La nuova creatura della ristorazione si propone come dispensatrice ideale di colazioni, pranzi e cene, come descritto nell'insegna che sovrasta la struttura. Esternamente il locale può accogliere, nello spazio verde creato ad hoc, 25 persone. Ma anche al coperto la struttura unisce ampi spazi e gusto estetico, con un tocco di novità. Questo luogo di ritrovo e convivialità vuole però essere un vero punto di riferimento anche per i tanti ciclisti della zona, in particolare i pellegrini. Le Felci Bistrot è infatti situato lungo il cammino di San Francesco e il cammino di San Benedetto, e per questo dispone di un'area per la riparazione self service delle biciclette, oltre a comprendere una rivendita di articoli (per esempio camere d'aria) e abbigliamento per ciclisti.

Fusilli all'arrabbiata, conchiglioni allo sgombro, calamari ripieni, pollo alla diavola. E ancora pasta al forno, sformato di riso, tortino di cous cous con zucchine, branzino al sugo. Il menu de' Le Felci Bistrot è ricercato e cambia di continuo. Un approccio che viene da uno staff giovane e accogliente, già apprezzato dai clienti che hanno dato fiducia a questo locale dopo un mese dall'apertura. Un successo che viene da impegno e gusto nel fare le cose fatte bene.

Con una cucina creativa, che la domenica si tramuta in brunch e il sabato propone piatti anche tematici. Recentemente si è tenuta, ad esempio, una cena incentrata sul lime, frutto che si sposa bene con l'estate e con l'idea di freschezza.

Così a una panzella al lime hanno fatto da contraltare mezze maniche lime, speck e crema di zucchine e poi, come secondo,

bocconcini di pollo o calamari grigliati, rigorosamente al lime. E una panna cotta lime e menta a chiudere le danze, condotte quotidianamente dallo chef Enrico, giovane e talentuoso. Un'altra cena creativa è stata quella

del 23 luglio, che testimonia la larghezza di vedute nella cucina di Le Felci Bistrot. Infatti in quella situazione c'è stata la serata latino-americana a base di choripan (panino con salsiccia e salsa tipica), bunuelos de cholo (fritelle di mais), nachos con salsa piccante, arroz con leche, insalata con gamberetti, mais, avocado e ananas. Il tutto impreziosito

con il cocktail Fernandito, a base di Coca Cola e **Fernet Branca**. Ideale anche per colazioni italiane e americane, al Le Felci Bistrot si possono mangiare brioches, yogurt, uova, speck, salmone, marmellate.

Il pranzo proposto dai tre giovani che lavorano nel locale è ideale per chiunque voglia sentirsi come a casa propria.

Le cene a tema incuriosiscono, dal latino-americano alla serata lime, con piatti per tutti i gusti



UNO SCORCIO DELL'INTERNO DEL LOCALE



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Nahalie Wenko e Nicolò Rossi ci svelano i segreti del mondo del bartending

LINK: <https://www.elle.com/it/cucina/beverage/a40729861/art-of-italicus-vincitori/>



Nahalie Wenko e Nicolò Rossi ci svelano i segreti del mondo del bartending. Abbiamo esplorato l'universo dei cocktail con i primi due classificati di Art of Italicus Aperitivo Challenge 2021-22. Di Anna Carla Zucca 27/07/2022. Affascinante e sconosciuto, liquido nei gusti e solido nelle guarnizioni: spesso sfioriamo il mondo del beverage senza poi arrivare a conoscerlo a fondo. Il modo migliore per farlo, e assaggiare il nostro prossimo cocktail con una nuova consapevolezza, è approfondirlo con chi del mestiere ne sa e ne fa un'arte. Per questo ci siamo fatte raccontare il mondo dei cocktail dalla prima e dal secondo classificato alla Art of Italicus Aperitivo Challenge 2021-22. La barwoman austriaca di 26 anni Nathalie Wenko ci ha introdotte al concetto di bartending europeo, dove le prospettive - soprattutto per le donne - sono di sperimentazione e progresso. Dal canto suo

Nicolò Rossi, bergamasco di 32 anni, ci ha svelato i segreti del design dei cocktail, con una spruzzata di consigli utili per chi desidera intraprendere questa carriera. Un'intervista virtualmente doppia che racconta l'inventiva di due giovani che hanno saputo coniugare l'aroma tipicamente mediterraneo del rosolio con le forme più contemporanee del fare cocktail, dando vita a due drink, Inferno quello di Wenko e Eclisse di Rossi, vere e proprie forme d'arte. Cocktail Unsplash Qual è l'ispirazione dietro il cocktail realizzato per Art of Italicus? Nicolò Rossi: L'ispirazione che ho avuto per Eclisse è arrivata guardando una lampada di Vico Magistretti, artista e designer italiano ormai iconico. Ho la fortuna di avere una sua lampada nel mio salotto e osservandola mentre leggevo la homepage d'Italicus, ho analizzato come il design sia una forma d'arte che

ormai è arrivata ovunque. Dall'arredo, alle luci fino alle bottigliere dei nostri bar. I sapori che ho utilizzato sono facilmente reperibili, nella speranza che la semplicità di questo cocktail possa diventare iconico come uno dei design di Vico. Eclisse è preparato con: Italicus rosolio di bergamotto; estratto di mela verde e basilico; succo di limone; spuma bionda italiana; profumo di limone. Nathalie Wenko: La mia ispirazione per Inferno viene dalla statua del Pensatore che rappresenta Dante Alighieri. Ho sempre trovato qualcosa di così mistico e magico nelle persone che pensano molto, che nascondono nella loro mente così tante cose che vogliono essere esplorate. La mia creazione è fondamentalmente una rivisitazione del Negroni Bianco. È un vino spiritoso, forte, erbaceo e ben bilanciato. Gli ingredienti principali, oltre all'Italicus, sono: **vermouth** secco Carpano, gin La Famiglia

con infuso di foglie di alloro (distillato dallo staff del Parfümerie Bar, il bar per cui lavoro in Austria), coriandolo e olio d'oliva blu. Ogni ingrediente rappresenta una fase del processo di creazione: Si inizia con un progetto (Italicus), si devono accettare momenti amari e impegnativi lungo il percorso (vermouth secco), bisogna prendersi cura dei propri valori (Gin della famiglia), aggiungere un po' di follia (coriandolo), ma assicurarsi sempre di avere le idee chiare (olio d'oliva come simbolo di chiarezza e pulizia) su ciò che si vuole ottenere (foglia di alloro come simbolo di vittoria). Nathalie, cosa ti aspetti dalla tua esperienza al bar SIPS con Marc Alvarez (premio per aver vinto Art of Italicus, ndr)? Mi aspetto nuove tecniche pazzesche, un lavoro altamente professionale dietro il bancone e un'ottima accoglienza. Ho già avuto il piacere di essere ospite di SIPS lo scorso dicembre, ed è stata probabilmente una delle migliori esperienze di bar che abbia mai avuto, quindi non vedo l'ora di poterla vedere da vicino. Qual è la combinazione più insolita che vorresti provare in un cocktail? N.R.: Ultimamente sto studiando molto le sapidità e i cocktail con sfumature salate. Secondo me è un trend che

prenderà sempre più piede. N.W.: Probabilmente le opzioni su come integrare il formaggio in un drink. Adoro il formaggio in tutte le sue forme e sapori, quindi dovrebbe far parte dei cocktail più spesso. Nathalie Wenko daniele portanome Nella tua arte di bartender metti un po' delle tue passioni più grandi, la disciplina del tennis praticato a livello professionale per Nathalie e la creatività street art per Nicolò. Qual è lo scambio reciproco tra questi mondi? N.R.: Come hobby da tempo faccio quadri di stampo street tribale sotto il nome nok. È una palestra mentale e noto che nella fase di creazione di un cocktail applico lo stesso approccio che ho con un quadro in termini di bilanciamenti, gusto estetico e impatto. N.W.: L'accuratezza del lavoro necessario per mettere la pallina da tennis esattamente dove si vuole è la stessa accuratezza del lavoro che c'è dietro la creazione del risultato di sapore che si desidera. Inoltre, il feedback è molto rapido: da parte degli ospiti al bar e nel tennis da parte dell'avversario, se si vince o si perde un punto. Lavorare dietro al bar come nel tennis professionistico richiede molta concentrazione, filtrare le cose importanti, duro

lavoro, resistenza e il successo si ottiene quando si mantiene la calma anche nelle situazioni più stressanti. Nicolò, dacci un consiglio per chi vuole intraprendere la carriera da barman Il mio consiglio per chi entra in questo mondo è quello di incanalare tutte le sue forze nello studio dei classici. Dopo averne imparato le strutture iniziare a giocare con i sapori che offre la sua terra. Lo trovo un iter giusto per non dimenticare le basi e i prodotti del nostro paese. Nathalie, in tema di parità di genere a che punto siamo nel settore? Credo che la percentuale di donne che lavorano in un bar sia aumentata negli ultimi due anni. Per me il successo in quello che fai non dipende dal genere, ma sempre dal carattere. La persona che sei, la passione e il duro lavoro ti ripagheranno ed è ciò che conta alla fine. Credo che le donne abbiano le stesse possibilità di avere successo in questo settore degli uomini. Nel nostro bar 3 lavoratori su 4 sono donne, cosa di cui sono molto orgogliosa, e le reazioni degli ospiti sono molto positive. Tuttavia, vorrei che fosse la normalità e che non ci fosse più bisogno di sottolinearlo. Nicolò Rossi daniele portanome Anna Carla Zucca Editor Elle.it

Racconto cosa accade nel
mondo tra attualità,
concerti e food news.

INFORMAZIONE PUBBLICITARIA A CURA DELLA A.MANZONI & C.

Speciale **APERTI PER FERIE**

LE FELCI BISTRÒT > IL LOCALE È IDEALE PER COLAZIONI, PRANZI E CENE, ANCHE TEMATICHE

Menu sempre differenti per impreziosire l'estate

Le cene a tema incuriosiscono, dal latino-americano alla serata lime, con piatti per tutti i gusti

Si trova in località Rio Secco, a Poggio San Lorenzo, sulla via Salaria Vecchia il Le Felci Bistrot. La nuova creatura della ristorazione si propone come dispensatrice ideale di colazioni, pranzi e cene, come descritto nell'insegna che sovrasta la struttura. Esternamente il locale può accogliere, nello spazio verde creato ad hoc, 25 persone. Ma anche al coperto la struttura unisce ampi spazi e gusto estetico, con un tocco di novità.

Fusilli all'arrabbiata, conchiglioni allo sgombro, calamari ripieni, pollo alla diavola. E ancora pasta al forno, sformato di riso, tortino di cous cous con zucchine, branzino al sugo. Il menu de' Le Felci Bistròt è ricercato e cambia di continuo. Un approccio che viene da uno staff giovane e accogliente, già apprezzato dai

clienti che hanno dato fiducia a questo locale dopo un mese dall'apertura. Un successo che viene da impegno e gusto nel fare le cose fatte bene.

Con una cucina creativa, che la domenica si tramuta in brunch e il sabato propone piatti anche tematici. Recentemente si è tenuta, ad esempio, una cena incentrata sul lime, frutto che si sposa bene con l'estate e con l'idea di freschezza.

Così a una panzella al lime hanno fatto da contraltare mezze maniche lime, speck e crema di zucchine e poi, come secondo, bocconcini di pollo e o calamari grigliati, rigorosamente al lime.

E una panna cotta lime e

menta a chiudere le danze, condotte quotidianamente dallo chef Enrico, giovane e talentuoso. Un'altra cena creativa è stata quella del 23 luglio, che testimonia la larghezza di vedute nella cucina del Le Felci Bistrot.

Infatti in quella situazione c'è stata la serata latino-americana a base di choripan (panino con salsiccia e salsa tipica), bunuelos de cholo (frittelle di mais), nachos con salsa piccante, arroz con leche, insalata con gamberetti, mais, avocado e ananas. Il tutto impreziosito con il cocktail Fer-

mandito, a base di Coca Cola e Fernet Branca. Ideale anche per colazioni italiane e americane, al Le Felci Bistròt si possono mangiare brioche, yogurt, uova, speck, salmone, marmellate. Il pranzo proposto dai tre giovani che lavorano nel locale è ideale per chiunque voglia sentirsi come a casa propria.



UNO SCORCIO DELL'INTERNO DEL LOCALE



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Mescolato, non agitato

LINK: <https://www.foodandwineitalia.com/mescolato-non-agitato/>



Mescolato, non agitato 25 Luglio 2022 Betsy Andrews Trucchi da maestro per perfetti cocktail "Stir&Strain" Il primo giorno di servizio è stato un ottovolante emotivo. Sapevo che gli occhi erano puntati su di noi e desideravo che tutto fosse perfetto» - dice Shannon Tebay, la prima donna dopo quasi 100 anni a capo del leggendario American Bar del Savoy Hotel e prima statunitense in assoluto. Quando Tebay e il suo team hanno indossato le giacche bianche, lo scorso ottobre, il più antico cocktail bar di Londra era reduce da una chiusura di oltre un anno a causa del Covid-19. «Non appena gli ospiti sono entrati, Jon Nickoll si è seduto al piano e ha iniziato a suonare "Fly Me to the Moon", ho capito che sarebbe stata una bella nottata». I suoi ospiti ne sono stati certi quando, afferrando uno dei mixing glass di oltre 128 anni, Tebay ha miscelato loro un cocktail. Il tintinnio del bar spoon, il rumore del

ghiaccio, il delicato splash dell'elisir setoso versato nel bicchiere è ciò che li aveva condotti fin lì: un sorso cristallino di storia insieme all'inebriante promessa di ciò che verrà; il riemergere di tutti i progetti che si erano interrotti e che ora erano pronti a tornare in vita, con nuove e più vigorose intenzioni. Nonostante Harry Craddock, nel lontano 1930, avesse riempito il suo The Savoy Cocktail Book di ricette di Martini shakerati, il vero predecessore di Tebay non è tanto Craddock quanto Ada Coleman, la capo barista che lui sostituì. Unica altra donna al comando dell'American Bar, Coleman ha tenuto il timone dal 1903 al 1935. Lì è diventata celebre per il suo Hanky Panky: gin, **vermouth** dolce e un goccio amaricante di **Fernet-Branca**, in una libagione generosa ma equilibrata che prende vita in pochi e magistrali giri di cucchiaino. Forse è proprio questo il tipo di drink che si addice ai nostri giorni: meno rumore,

più chiarezza. Dimenticate le shakerate a gomiti larghi e il frastuono del ghiaccio contro il metallo. Al posto del clangore, abbracciate la musica meditativa del mixing glass. Seguite passo passo la guida di Tebay, e potrete prepararvi un cocktail perfettamente mescolato. Trucchi da star RIDURRE «Trovo stimolante usare pochi ingredienti», dice Tebay, che di solito dosa gli ingredienti dalle quantità più piccole a quelle più grandi, che corrispondono anche ai meno e ai più costosi. «Così, se combini qualche pasticcio mentre lavori, sprechi meno denaro», spiega. E il suo mixing glass preferito è un semplice bicchiere da una pinta (si rompono raramente, e anche se succede, che problema c'è?). RAFFREDDARE Tebay suggerisce di aggiungere il ghiaccio nel mixing glass per ultimo, perché l'equilibrio di un buon cocktail mescolato è dato proprio dalla giusta quantità di ghiaccio che si scioglie

negli spiriti. «Aggiungerlo alla fine serve a ottenere un drink più omogeneo, ben diluito e pronto per essere servito alla giusta temperatura», spiega. Cubetti di ghiaccio grandi, abbondanti e ben freddi consentono un ottimo controllo sul risultato finale. **MESCOLARE** «Sia shakerare che mescolare servono per raffreddare e diluire. La differenza sta nella texture - dice Tebay -. Quando si mescola, si conferisce al cocktail una consistenza setosa, che accarezza il palato». È bene inoltre non agitare il drink, ma usare il bar spoon delicatamente, accarezzando il miscelato fino a ottenere il risultato che si desidera. «Basta un movimento sottile del polso». Tebay mescola i suoi drink serviti con ghiaccio per 20-30 secondi, quelli lisci fino a 40. **ASSAGGIARE** Tebay consiglia di assaggiare il drink con una cannuccia mentre «si è alla ricerca dell'equilibrio giusto». Ma come si fa? «Bisogna evitare che si sciolga troppo ghiaccio. Ma nemmeno troppo poco, altrimenti il cocktail risulterà oltremodo astringente». Mescola e assaggia, e, se serve, mescola di nuovo. «Quando è ben ghiacciato, con una texture setosa e tutti gli ingredienti si percepiscono bene, allora hai trovato la misura ideale». **FILTRARE**

Quando si versa un cocktail al cliente, è meglio evitare gocciolamenti o schizzi di ghiaccio. Usate uno strainer che si adatti precisamente al mixing glass, con una molla ben aderente al bordo interno. Se nel vostro bicchiere c'è molto ghiaccio, Tebay suggerisce uno strainer convesso che raccolga i cubetti. In questo caso, come in ognuno degli step per uno stirred cocktail perfetto, ricordate il suo motto: "Work smarter, not harder". **Maggiori informazioni Leggi anche: The Monarch Condividi**

C'è ancora tempo per visitare l'esposizione di Andrea Armagni a Cuneo

LINK: <https://www.cuneo24.it/2022/07/ce-ancora-tempo-per-visitare-lesposizione-di-andrea-armagni-a-cuneo-166216/>



C'è ancora tempo per visitare l'esposizione di Andrea Armagni a Cuneo. La mostra resta aperta fino a domenica 31 luglio dal giovedì alla domenica ore 16-19, con ingresso libero e gratuito. Comunicato Stampa - 24 Luglio 2022 - 12:30. Più informazioni su arte cultura Mostra Cuneo Cuneo. Sin al 31 luglio, dopo iniziativa dedicata a Cesare Botto, una delle figure artistiche di assoluto rilievo nel panorama artistico contemporaneo cuneese, la «Fondazione Peano» di Cuneo («Corso Francia 47») partecipa a grandArte 2022 HELP con l'iniziativa «Vegetali Impossibili», nella «Sala ipogea», esposizione personale, da non perdere, dell'artista torinese Andrea Armagni (un «classe 1949», a s s o l u t a m e n t e novecentesco, cresciuto nel dopoguerra), con la solita attenta cura di Ivana Mulatero. Armagni ha molto operato nel campo della pubblicità (ma fosse vissuto qualche decennio dopo lo

avrebbe fatto, come impareggiabile inventore di «slogan», anche il poeta Gabriele D'Annunzio), con Armando Testa. Famoso è il logo «Punt e Mes» (ma ha anche lavorato su marchi come Carpano, Cinzano, Lavazza, Perugina...). Qui, tra fogli di disegni e composizioni in tecnica mista (divise in settori estivi ed invernali), molto ben collocati, parla del suo amore per la natura, «traducendola» a modo suo, cercandone la sintesi e l'anima (come solito per l'arte informale e non figurativa, non solo novecentesca), evocando... È visitabile dal giovedì alla domenica ore 16-19, con ingresso libero e gratuito. La «Fondazione Peano» si concederà mese di ferie il prossimo agosto, ma già anticipando appuntamenti per settembre.

Bardonecchia: alla scoperta del **Vermouth** e del Gin alla Tur d'Amun

LINK: <https://www.lagendanews.com/bardonecchia-alla-scoperta-del-vermouth-e-del-gin-alla-tur-damun-2/>



Bardonecchia: alla scoperta del **Vermouth** e del Gin alla Tur d'Amun Sabato 23 luglio ore 18,30 e 20 TOPICS: Bardonecchia turvermouth Posted By: redazione 23 Luglio 2022 BARDONECCHIA Sull'onda del successo riscosso lo scorso anno, anche quest'anno la Pro Loco Bardonecchia, con il patrocinio della Civica Amministrazione, ripropone per l'estate 2022 al Parco Archeologico Tur d'Amun, quattro appuntamenti, con posti limitati e obbligo di prenotazione, dedicati a "Scoperta **Vermouth** e Gin: Esperienze in alta quota". Si inizia con "Esperienza **Vermouth**" in programma sabato 9 luglio alle ore 18.30 e in replica sabato 20 agosto 2022, organizzato in collaborazione con Esperienza **Vermouth**, il format ideato e condotto da Fulvio Piccinino, ideatore del progetto "Sapere Bere". Evento che attraverso un percorso divertente ed interattivo introduce alla scoperta o alla riscoperta

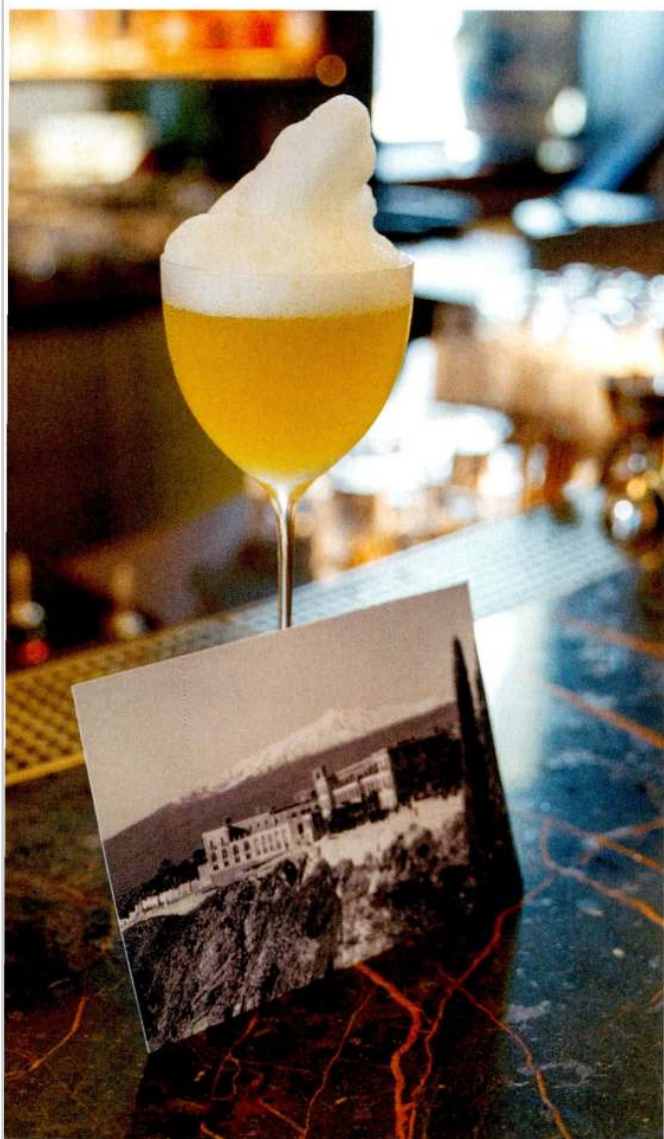
del ricercato e storico vino liquoroso prodotto a Torino nel 1786 ad opera di Antonio Benedetto Carpano, un distillatore ed erborista che, miscelando vino moscato con erbe aromatiche e spezie, inventò la formula utilizzata in seguito dalla categoria merceologica del **Vermouth**. A BARDONECCHIA QUATTRO APPUNTAMENTI ESTIVI ALLA SCOPERTA DEL **VERMOUTH** E DEL GIN Bevuto alla corte sabauda da re Vittorio Amedeo III, molto apprezzato da illustri personaggi, tra i quali Cavour, Giuseppe Verdi e Massimo D'Azeglio, che contribuirono a rendere questo vino prodotto regale e aristocratico, una sorta di statussymbol, tornato di moda in tempi recenti in particolare per produrre fantasiosi cocktail. Esperienza interattiva sensoriale che dopo una breve introduzione storica, corredata da aneddoti, curiosità, pubblicità vintage e immagini d'epoca, entra nel vivo con la degustazione

di tre **vermouth**, dodici piante aromatiche da tutto il mondo e dieci macerati alcolici di spezie ed erbe, ingredienti basilici per produrre il proprio **vermouth** da portarsi a casa in una bottiglietta con etichetta personalizzata a perenne ricordo dell'esperienza. A BARDONECCHIA Il tutto sotto la supervisione di Fulvio Piccinino, indiscusso maestro del settore, da anni impegnato in progetti di ricerca e rivalutazione del **vermouth** e in seminari per la diffusione di una consapevole e sana cultura del bere. Prezzo a persona: EUR 38,00. Gli organizzatori, essendo i posti limitati, consigliano di prenotarsi per tempo collegandosi a www.prolocobardonecchia.com Programma completo di "Scoperta del **Vermouth** e del Gin: Esperienze in alta quota": sabato 23 luglio, 18:30 20:00 Esperienza Gin; sabato 20 agosto, 18:30- 20:00 Esperienza **Vermouth** e Sabato 27

agosto, 18:30-20:00
Esperienza Gin alle quali ci
si può iscrivere sin d'ora.
Per informazioni Pro Loco
Bardonecchia, piazza Valle
Stretta. Telefono +39
0122902612 Cellulare +39
3 5 1 6 4 4 9 3 3 0
info@prolocobardonecchia.c
om. NOTIZIE DELLA
VALSUSA, VAL SANGONE E
CINTURA DI TORINO
Iscriviti alla nostra pagina
Facebook L'Agenda News:
clicca "Mi Piace" e gestisci
impostazioni e notifiche in
modo da non perderti più
nemmeno una notizia!
Segui e metti mi piace al
canale YouTube L'Agenda
News. Post Views: 97



A sinistra.
Juri Romano.
In basso. Aria di Pace,
uno dei signature
cocktail del
Bar & Chiostro,
San Domenico Palace
Taormina (ME).



e i **vermouth** c'è anche chi ha il coraggio di sfidare i grandi monopolisti di categoria proponendo bitter (Fusetti, Schiavo, Winestillery, Amaranto), Amaretto (Adriatico) e Fernet (Schiavo, Fred Jerbis). In ogni caso, quando l'onda di marea si ritirerà, sarà interessante vedere quali bottiglie resteranno sulla spiaggia e quali invece saranno tirate via dallo sgonfiarsi della bolla.

L'Italia è un paese competitivo?

Se vi fermaste a leggere qui, l'idea di fondo che potreste avere è quella di un paese felice, allineato con il resto del mondo, pieno di possibilità per i giovani. Ma la realtà ovviamente è più complessa di così: sorvolando su problematiche comuni a tutto il settore dell'hospitality (turni massacranti, stipendi inadeguati, lavoro in nero...), il mondo del bar pone altri quesiti. Ad esempio, nonostante l'apologia del bar di provincia di cui sopra, il pubblico è lontano dal conferire il giusto valore economico ai drink, e difficilmente fuori dai grandi centri urbani si riesce a superare il prezzo di 7-8 euro a cocktail. Al contempo, pare che non ci sia hotel, ristorante e pizzeria di nuova apertura che non voglia includere un'offerta di miscelazione. È una vittoria? Oppure si rischia di rendere il bar solo una commodity pretenziosa sperando di aumentare le marginalità? Le domande sono molte, e per provare a dare qualche risposta ci siamo rivolti a due giovani bartender italiani che all'inizio della pandemia sono rientrati da Londra, per poi riprendere la strada verso l'estero. Perché? «Dopo un periodo di stop forzato in Italia a causa del Covid-19 – racconta Alice Bindini dall'Arabia Saudita, dov'è oggi la bar manager di AOK Kitchen, a Riyadh – sono ripartita appena ho potuto. L'Italia purtroppo è un paese non adatto a chi opera nell'hospitality, mancano i contratti e non c'è alcuna prospettiva decente a medio o lungo termine. Ho trovato condizioni largamente migliori in tutti gli altri paesi stranieri in cui ho lavorato». Anche Leonardo Filippini ha preferito continuare la sua diaspora, direzione Svizzera: «In Italia nessuno si è impegnato nel garantirmi che nel caso di un'altra ondata i miei diritti sarebbero stati tutelati – spiega – mentre qui non solo mi sento tranquillo anche in caso di emergenza, ma addirittura riesco a mettere da parte un piccolo capitale che magari servirà ad aprire un mio locale». Dove? «In Italia, ovviamente. Forse non è il mio presente, ma spero sia il mio futuro».

L'amaro in miscelazione: 3 cocktail per l'estate firmati Distillerie Berta

LINK: <https://www.ilgolosario.it/it/cocktail-berta-amaro-il-28-san-nicolao>



I migliori distillati e liquori delle Distillerie Berta protagonisti di tre cocktail per un freschissimo aperitivo estivo. È ufficialmente scoppiata l'estate, e mai come quest'anno i cocktail sono di tendenza sotto l'ombrellone o negli aperitivi estivi. Un trend che vede tra i protagonisti l'amaro, sempre più usato come base alcolica nei cocktail. D'altronde, la tradizione degli amari è notevole, e l'Amaro Il 28 di Via San Nicolao di Distillerie Berta ne è un ottimo esempio. Ecco dunque tre cocktail che vedono protagonista proprio questo amaro, ideati da Francesco Trombelli, direttore di sala e bartender a Villa Prato, lo straordinario relais di proprietà Berta a Mombaruzzo. **BERTA TONIC** Il cocktail cult dell'estate, il gin tonic, incontra l'Amaro Il 28 di Via San Nicolao. Ed è subito flirt. Con le sue sensazioni di genziana, rabarbaro, calamo e china, infatti, l'amaro imprime al

gin tonic nuovo carattere, senza fargli perdere l'abituale freschezza. Ingredienti 5 cl Amaro Il 28 di via San Nicolao 2,5 cl gin 12 cl di acqua tonica una fetta di arancia Versate direttamente in un tumbler alto colmo di ghiaccio l'Amaro Il 28 di via San Nicolao e il gin. Completate con l'acqua tonica e una fetta di arancia. **UN AMERICANO A ROCCANIVO** Rivisitazione di un grande classico come l'Americano, il cocktail che - assieme al Negroni - porta nel mondo due eccellenze italiane come bitter e **vermouth**. Qui l'outsider è nuovamente l'Amaro Il 28 di via San Nicolao, capace di arricchire lo spettro aromatico di questo cocktail perfetto per l'aperitivo. Ingredienti 5 cl Amaro Il 28 di via San Nicolao 2,5 cl **Punt e mes** 2,5 cl **Vermouth** Martini Rosso 2,5 cl Bitter Campari top di soda una fetta di arancia Il cocktail va preparato "build over ice", direttamente nel bicchiere (un tumbler basso) con

ghiaccio, versando tutti gli ingredienti - eccetto la soda - e mescolando delicatamente. Completate con un piccolo splash di soda e una fetta di arancia. **OLD MOMBARUZZO** Si può fare miscelazione con la grappa? Certo. E questo Old Mombaruzzo ne è un fantastico esempio. Grappa invecchiata in botti da Whisky Oltre il Vallo, Amaro Il 28 di Via San Nicolao, poche gocce di Angostura: ed è subito aperitivo! Ma prima di berlo, due note sulla grappa utilizzata. Oltre il Vallo è una grappa invecchiata pregiata, affinata in botti di single malt scotch whisky, che nasce dall'unione di due culture: la passione artigianale della famiglia Berta e la maestria della migliore tradizione scozzese, rappresentata da un'azienda globale come Diageo. Di colore ambrato, Oltre il Vallo è caratterizzata da un sapore morbido e avvolgente. All'inizio è un'esplosione di profumi che spaziano dalle

note di vinaccia, uva passa, frutta secca e mandorla. In un secondo momento queste sensazioni lasciano il posto a un leggero sentore di fumo, torba e malto. Setosa e avvolgente, permane a lungo in bocca e riconferma al palato le sensazioni olfattive di morbidezza, in un bouquet di profumi che ricordano l'arancia, la nocciola e, sul finire, il tabacco e il miele.

Ingredienti 2,5 cl grappa Oltre il Vallo 5 cl Amaro Il 28 di via San Nicolao 0,5 cl sciroppo di zucchero 3 gocce di angostura o orange bitter

Il cocktail va preparato "build over ice", direttamente nel bicchiere (un tumbler basso) con ghiaccio, versando tutti gli ingredienti - eccetto la soda - e mescolando delicatamente.

L'UOMO DEI SOGNI | **ROMA**

Il ricordo dello scopritore di "Paulino":
aveva 10 anni, veniva da Laguna Larga
ma commise un errore assai grave...

«Di sbagliato aveva solo la maglia»

Con Dybala fu molto più facile, andava tutto bene, tranne una cosa «Nene» disse Santos Turza «no se puede acà venir con la camiseta de otro club». Bimbo, non si può venire qui con la casacca di un altro club. Si era presentato con quella per cui tifava: il Boca Juniors

di Massimo Basile
NEW YORK

Bastarono dieci minuti. «Il modo in cui toccava il pallone, la giocata, quel tenere alta la testa. Urlai subito basta, lo chiamai e gli dissi: fai venire qui tuo papà». Di quel bambino di neanche dieci anni arrivato da Laguna Larga e chiamato Paulo Exequiel Dybala era piaciuto tutto a Santos Turza, il suo primo scopritore («così dicono le malelingue», commenta ridendo), icona dell'Instituto Atlético Central di Córdoba. Settantadue anni, cinquanta passati a scoprire giocatori. Sotto gli occhi di Turza sono passati Oscar Alberto Dertycia, Gonzalo Manzoni, Silvio Romero, Gonzalo Bergessio. Con Dybala fu molto più facile. In lui anda-

va tutto bene, tranne una cosa. «Nene - gli disse, facendosi serio - no se puede acà venir con la camiseta de otro club». Bimbo, non si può venire qui con la maglietta di un altro club. Dybala si era presentato con quella per cui tifava: il Boca Juniors. Hanno del peccato mortale era il 2003. Il mese, marzo. «Né Boca, né River, né nessun altro che non sia l'Instituto», ripete Turza, ridendo al telefono ma con il tono di uno che in fondo non scherza.

Córdoba non è posto di compromessi. Settecento chilometri a nord di Buenos Aires, città dura, concreta, senza elfi di porcellana nei giardini, dove il calcio rende la vita un po' più sopportabile e si consuma un terzo di tutto il Fernet venduto in Argentina, servito freddo da mischiare con la Coca Cola. Terra di immigrazione italiana,

nomi che fanno Corti, Damiani, Bonfigli, Endrizzi, Gagliardi, Barsottini, Gotti, Castello, Vismara.

Questa è la capitale delle chiese, in cui i genitori affidano le sorti dei propri figli a Nuestra Señora de Asunción e sui campi del centro sportivo La Agustina centinaia di genitori ogni anno sperano di vedere l'inversione anarchica del talento, un gesto che lascerà il segno nel mondo. Quel giorno del 2003 Paulo si affidò laicamente al padre, Adolfo, il primo a credere in lui. Adolfo lo aveva accompagnato a Córdoba per il provino con l'Instituto, il Glorioso, club con più di cento anni di storia e sen-

za pagine finali, quello di Mario Alberto Kempes. I Dybala avevano fatto cinquanta chi-



lometri in auto da Laguna Larga. A metà viaggio, Paulo aveva chiesto di fermare la macchina. Era sceso e si era messo a sedere su un lato della strada. L'ansia lo stava divorando. Il padre, come sempre, aveva trovato il modo di tranquillizzarlo. Bastarono dieci minuti, anche perché Turza, in realtà, lo conosceva già. «L'avevo visto giocare a otto anni nel suo paese. Quando il padre lo portò, facemmo tutto subito, firmammo i documenti. Adolfo lo portava tutti i martedì e venerdì al campo d'allenamento, e la domenica per le partite. Cinquanta chilometri ad andare e cinquanta a tornare».

Così per cinque anni e sarebbero potuti essere di più se non ci fosse quel dettaglio chiamato destino. Il padre si ammalò di cancro e morì. Paulo aveva 15 anni. «Lo mandai in prestito al Newell's - racconta Turza - perché potesse stare vicino alla madre e ai fratelli». Poi lo richiamò e Dybala decise di

restare nel convitto, prendendo sul serio la sfida: voleva realizzare il sogno anche per il padre. Paulo fece tutta la trafila delle giovanili, poi la fortuna gli diede una mano. Un giornalista avvertì il tecnico della prima squadra, Darío Franco, che il centravanti titolare doveva scontare una squalifica rimediata nella stagione precedente. Giocò Dybala, diede subito spettacolo. Un giornale locale lo chiamò "La Joya" e da allora quel nome non se lo è tolto di dosso. Lo chiamavano così a Palermo, e alla Juve Leonardo Bonucci, prima del fischio d'inizio, andava da lui e gli urlava.

«Dai, Joya, dobbiamo vincere».

Ora lo aspetta una nuova sfida. «Si parlava di Inter - commenta Turza - ora sento dire della Roma». E' ufficiale, señor

Santos, Paulo giocherà nella Roma. «Grande club - aggiunge - sia

giungo importante. Sono convinto che sarà protagonista nell'Argentina ai Mondiali in Qatar. L'esperienza a Roma gli farà bene». Turza è convinto che il calcio italiano sia ancora adatto a quello di Dybala. «A me piace quello inglese per la velocità - spiega - ma voi siete i Campioni d'Europa».

Turza non ha ricevuto messaggi da Paulo. «Ultima volta che l'ho visto è stato nel 2018 - racconta - era qui per un allenamento con la nazionale, in vista di una partita con il Messico». Una volta per una partita esibizione c'erano cinquemila persone nel piccolo stadio. «Poi andammo a mangiare e c'erano tipo un migliaio di persone. A Paulo vogliono tutti bene». Ogni volta lo vede, Dybala gli fa la solita battuta: "Dimmi qualcosa ora", a proposito della maglietta. E poi lo abbraccia. Inutile cercare paragoni tecnici. «E' sul livello di giocatori come Riquelme». Turza continua ad andare al campo ogni giorno per esaminare aspiranti calciatori. Ma se ve lo state chiedendo, la risposta è no, al momento non c'è un altro Dybala all'Istituto. E anche se ci fosse, probabilmente Turza non lo direbbe.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

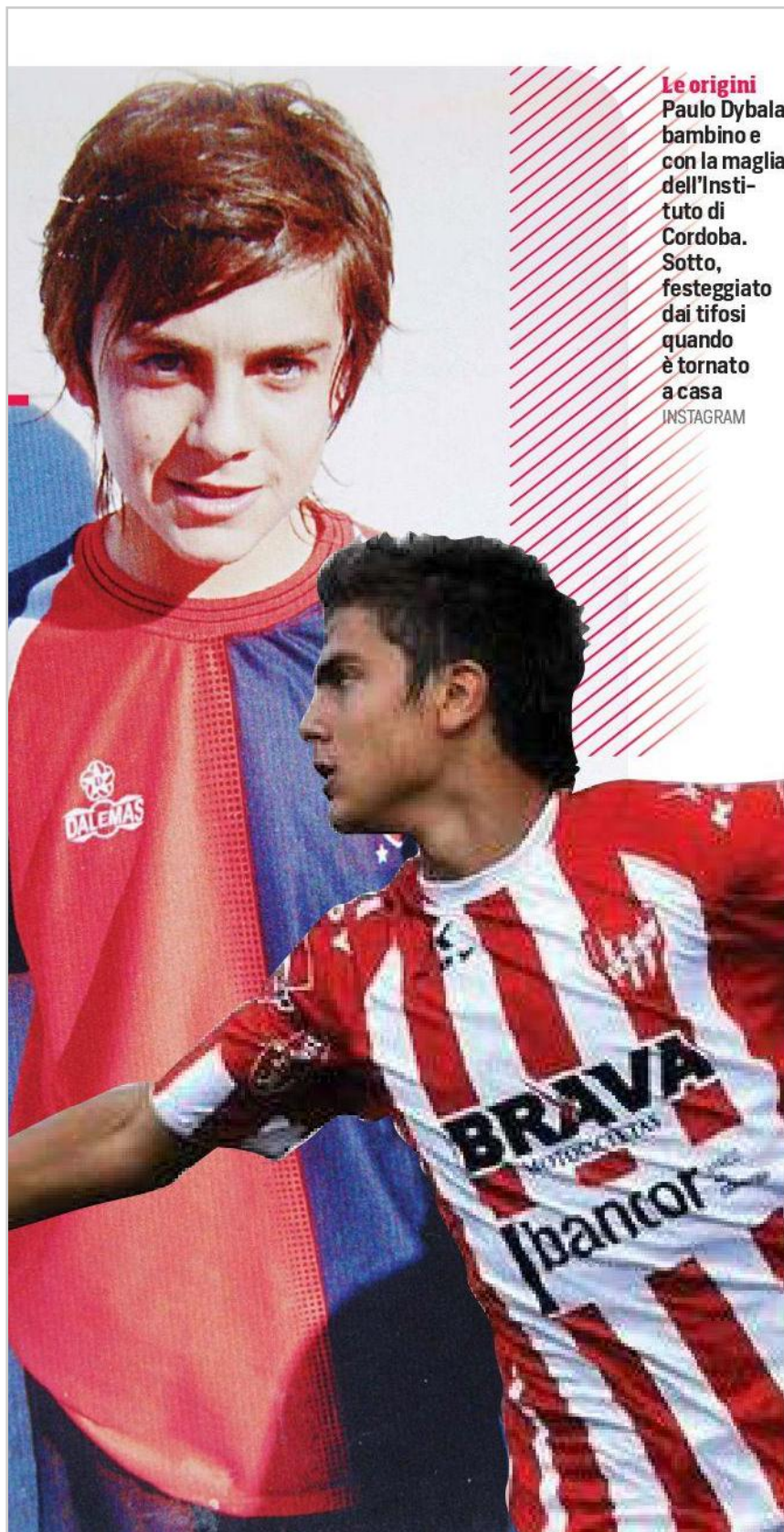


Scopritore Paulo Dybala a Cordoba con il suo primo allenatore nella squadra dell'Istituto, Santos Turza. Che ci ha raccontato i suoi inizi.



mo tra i top del campionato, squadra con tradizione in Europa come Juve, Milan, Inter, Lazio, Napoli, Fiorentina. Troverà nuovi stimoli in una sta-

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



Le origini
Paulo Dybala
bambino e
con la maglia
dell'Insti-
tuto di
Cordoba.
Sotto,
festeggiato
dai tifosi
quando
è tornato
a casa
INSTAGRAM

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

La cultura

I musei nascosti da riscoprire passeggiando

di **Nicola Baroni**
● a pagina 9

Accanto ai musei d'arte e design, a Milano esistono tanti piccoli musei dedicati ai reperti dalla quotidianità del passato: ideali da riscoprire in estate, quando i grandi musei sono presi d'assalto dai turisti. Si può partire, per esempio, dal Museo Mangini Bonomi, tra i più affascinanti in città.

PASSEGGIATE MILANESI

Profumi e oggetti spariti i musei nascosti da riscoprire d'estate

Dal Mangini Bonomi a quello delle macchine da scrivere, dalle fragranze del Novecento ai manifesti

di **Nicola Baroni**

Avere un Bellini o un Picasso in casa non è da tutti. Più comuni invece sono sempre stati bastoni da passeggio e carte da gioco, servizi da tè e macchine da scrivere, profumi e manifesti pubblicitari. Oggetti quotidiani che, per la loro diffusione, pochi hanno pensato di conservare e oggi ci sorprendono quasi quanto i pezzi d'autore. Accanto ai musei d'arte e design, a Milano esistono tanti piccoli musei dedicati ai reperti dalla

quotidianità del passato: ideali da riscoprire in estate, quando i grandi musei sono presi d'assalto dai turisti.

Si può partire dal Museo Mangini Bonomi, tra i più affascinanti in città, nato dalla collezione privata di Emilio Carlo Mangini di antichi oggetti quotidiani curiosi e insoliti (via dell'Ambrosiana 20, www.museo-manginibonomi.it). Si va dalle sedie da parto ai cavalli da giostra in legno, dai wc portatili ottocenteschi alle armi, dai giocattoli antichi alle porcellane. Tra queste spicca una tazza salvabaffi francese, dotata di argini per evitare che i baffoni a manubrio ottocenteschi si inzuppasse nel tè. I bastoni da passeggio nascondono nella presa gli oggetti più inaspettati: una lama, un servizio da cucito, un orologio, un flauto. Tra gli oggetti unici una ciocca dei capelli

di Madame de Pompadour e una copia autentica del testamento di

Napoleone.

Emilio Carlo Mangini, autore di commedie in dialetto milanese oltre che imprenditore edile, aveva conservato anche qualche vecchia macchina da scrivere, ma per queste c'è un altro museo dedicato, in via Menabrea 10 (mar, ven, sab 15-19, agosto su prenotazione, www.museo-dellamacchinadascrivere.org), dove il signor Umberto Di Donato ha raccolto 2.200 esemplari. «Lavoravo alla Banca Commerciale, dove ero stato assunto perché mio padre, per caso, mi aveva insegnato a battere a macchina», racconta. «Quando si sostituiva un modello io lo mettevo da



parte. Nel 2006 ho aperto questo spazio e la gente ha cominciato a portarmene altre, persino a regalarmele». Nel museo sono esposti 600

pezzi: da quelli ottocenteschi – con sistema di bacchette circolare a vista, più simili a telai ferrosi in miniatura – fino alle moderne Olivetti, passando per le macchine con un solo tasto o con caratteri cinesi e arabi.

Altro luogo più noto agli appassionati – molti anche stranieri – che ai milanesi è il Museo del profumo (via Messina 55, su prenotazione, www.museodelprofumo.it), creato da quattro persone con formazione storica ed editoriale che una trentina di anni fa hanno iniziato a fare ricerche sulla profumeria italiana. Tra loro Giorgio Dalla Villa: «Qui si può ripercorrere il Novecento attraverso i profumi: ogni decennio ha la sua essenza. Per esempio la violetta di Parma per la Belle Époque; il patchouli – sensuale e indiano – per gli anni Settanta; passando per il profumo "Assalto!", creato dalla milanese

GiViEmme di Giuseppe Visconti di Modrone in occasione della prima guerra mondiale». Il museo espone circa duemila profumi e ne ha oltre 50mila in deposito. A pochi civici di distanza c'è il Museo storico dei vigili del fuoco (via Messina 35, [milano@anvfvf.it](mailto: milano@anvfvf.it)), visitabile su appuntamento a partire da settembre. Si trova nella sede centrale del Corpo, i cui muri perimetrali sono tappezzati dai manifesti pubblicitari, altro oggetto effimero per definizione: a conservarli spesso sono solo le aziende che li commissionano e producono. È il caso della Campari, che nella palazzina Liberty di Sesto San Giovanni, prima fabbrica del marchio, ha allestito un museo di vecchi manifesti e grafiche pubblicitarie, bicchieri storici e oggetti di merchandise (viale Gramsci, prenotazioni su www.campari.com). Manifesti, bozzetti d'epoca, vecchie bottiglie e calendari pubblicitari sono conservati anche al Museo **Branca** (via Resegone 2, www.museobranca.it), per visitare il quale bisogna prenotare con mesi di anticipo: qui si possono vedere anche le 500 botti destinate alla maturazione di **Fernet-Banca** e brandy **Stravecchio** custodite nei locali sotto la circonvallazione. Compresa l'enorme Botte Madre del 1892, ancora in uso, perché anche gli oggetti d'uso quotidiano, a volte, sopravvivono alle generazioni.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



▲ Vetrina del Mangini Bonomi



In mostra
Da sinistra, il Museo della macchina da scrivere che espone 2.200 esemplari e il Museo Mangini Bonomi che raccoglie oggetti quotidiani insoliti, alcuni dei quali ormai scomparsi. Sopra, il Museo del profumo

Veduggio - Per Renato Perego Nudo sulla tomba, scatta la denuncia



Renato Evaristo Perego sulla tomba del nonno

VEDUGGIO (bvl) Ora dovrà rispondere di atti contrari alla pubblica decenza e vilipendio di tombe. Mettendo anche mano al portafoglio.

Come scritto la scorsa settimana su queste colonne, martedì mattina **Renato Evaristo Perego** - classe 1962, artigiano della pietra originario di Carate Brianza con casa a Mariano Comense - è stato convocato al comando della Polizia locale di Renate, dove gli sono state notificate le denunce. All'origine, si ricorderà, la «performance» decisamente sopra le righe messa in scena martedì l'altro, 5 luglio, all'interno del cimitero di via Verdi: per festeggiare il compleanno di nonno Pietro, Perego aveva pensato bene di raggiungere la sua tomba, a poca distanza dall'ingresso principale del camposanto, e di farsi un bel bagno rinfrescante in un catino appoggiato sul marmo, sorseggiando da una magnum d'amaro (**Fernet Branca**). Nudo come mamma l'ha fatto. Il tutto ripreso e pubblicato sulla sua pagina Instagram.

Immagini che sono arrivate sia negli uffici della Polizia locale che in quelli del Comune. Il comandante **Fabio Gazzaniga** ha così «chiamato a rapporto» il marianese, notificandogli le denunce formalizzare a suo carico. Come anticipato i reati contestati sono atti contrari alla pubblica decenza e vilipendio di tombe. Il primo punito con la reclusione da sei mesi a tre anni; il secondo - depenalizzato nel 2016 - con una sanzione amministrativa pecuniaria da 5 mila a 10 mila euro (ammontare di recente oggetto della pronuncia della Corte Costituzionale che l'ha bollato come eccessivamente elevato).



VEDUGGIO



Una delle foto apparse sui social

Due denunce per la festa in un catino al cimitero

di Eleonora Cesana

■ Dopo il bagno sulla tomba del nonno martedì ha dovuto fare i conti con gli agenti della polizia locale di Veduggio con Colzano. L'uomo che lo scorso 5 luglio ha ben pensato di brindare al compleanno del nonno defunto sulla sua tomba, nel cimitero di via Verdi, mentre stava immerso, nudo, in un catino posizionato sul monumento dell'anziano è stato denunciato. A carico dello scultore del marmo, residente a Mariano Comense, sono state notificate due denunce: la prima per vilipendio di tomba funeraria e la seconda per atti osceni in luogo pubblico. Secondo quanto emerso dagli accertamenti dei vigili di Veduggio con Colzano, pare che nessuno abbia assistito "in diretta" all'insolito bagno, la notizia è però trapelata in seguito alla pubblicazione delle foto del gesto, con tanto di brindisi con una bottiglia magnum di Fernet Branca, sui profili social dell'uomo, classe 1962, che è già noto alle forze dell'ordine per i suoi happening artistici insoliti in lungo e in largo per tutta la Brianza. ■



Italiani di nuovo in movimento: la pubblicità out-of-home arriva al 3,4% degli investimenti

I marchi parlano per strada

Dagli spot in 3d agli schermi d'acqua: ecco i nuovi formati

DI MARCO A. CAPISANI

Esiste ancora il classico poster affisso sui cartelloni lungo le strade di ogni città ma oggi la comunicazione esterna vive un momento d'importante evoluzione che la proietta verso nuovi formati, spesso digitali, sperimentando ologrammi, immagini in 3d e affissioni completamente liquide. Tutte trasformazioni che trovano la loro spinta in un settore in crescita, arrivato a pesare il 3,4% degli investimenti pubblicitari complessivi italiani, dall'1,5% di solo qualche anno fa, e in aggiunta rappresentando un mezzo di comunicazione a sé stante ma complementare agli altri, potendo supportare e ampliare il pubblico di una campagna tv, di un contenuto pubblicato su carta stampata o ancora di un evento fisico. Comunque, il dato di partenza «è la ritrovata voglia di stare fuori casa degli italiani dopo il picco della pandemia, quando si è pensato che il digitale avesse finito per assorbire la gran parte delle forme d'intrattenimento. Oggi, invece, l'out-of-home (ooh) è tornato a crescere, si è portato ai livelli di altri paesi esteri e si rilancia sia ampliando il bacino di formati monitorati, per cogliere l'efficacia dei suoi molteplici formati, sia con la nuova indagine Audit 4.0 capace di analizzare in tempo reale ogni singolo impianto e tutte le sue informazioni aggregate, dalla posizione alla sua esposizione», ha spiegato ieri **Giovanna Maggioni**, presidente AudiOutdoor, durante Videocontent, nuovo format del gruppo Adc presieduto da **Salvatore Sagone**.

Peraltro, la nuova indagine comprende già un suo ulteriore aggiornamento in fieri ma che partirà a Milano e a Roma, dall'inizio dell'anno prossimo, «cogliendo

le sfide della nuova mobilità degli italiani e ampliando così le posizioni gps rilevate, anche di chi non risiede in un comune vicino, per esempio, a Milano e Roma», prosegue **Michele Casali**, coordinatore del comitato tecnico AudiOutdoor, oltre che marketing&data director di IgpDecaux. La direzione a tendere è quella una sola indagine che riunisca tutto il mondo out-of-home, aggiungendo luoghi (per esempio i centri

commerciali) e le iniziative della maggior parte degli operatori, in un mercato in cui ci sono quattro principali concessionarie: Clear Channel, IgpDecaux, Ipas e Urban Vision, che è entrata in AudiOutdoor da quest'anno, a conferma del trend di allargamento della società che certifica l'audience della comunicazione esterna.

Allargamento però che significa tenere in considerazione pure altre esperienze di out-of-home, pensando non solo ad affissioni su pensiline del tram, pali della luce o facciate dei palazzi. Ma anche e soprattutto guardando alla GoTv e al cinema. «La GoTv si rivolge a una comunità di consumatori fuori casa, che arrivano a rappresentare oggi il 16% della popolazione italiana, grazie a oltre 5 mila schermi, per esempio nelle metropolitane, il presidio in quattro città metropolitane e in 14 aeroporti», ha dichiarato **Fausto Manfredonia**, responsabile marketing e comunicazione di Telesia. «La GoTv conferma l'importanza del settore fuori casa perché è stato il nostro stesso pubblico a sottolineare l'interesse per i suoi contenuti, chiedendo che siano costantemente alimentati e differenti da quelli dell'informazione generalista». Lo stesso dicasi per il cinema che, secondo **Alessandro Maggioni**, managing director

Dea (jv di Uci e The Space), «si differenzia ma non soffre della concorrenza delle piattaforme streaming. Piuttosto, chi vede più serie tv più spesso va pure in sala, specialmente tra i giovani. Convinti che il cinema faccia parte a pieno titolo dell'out-of-home, a settembre lanceremo in esclusiva per l'Italia Unique, piattaforma di pianificazione pubblicitaria addressable», ossia segmentabile per posizione geografica della sala, orario o genere di film proiettato.

Dall'ooh, GoTv e cinema il passo diventa poi breve verso gli altri media, visto che per esempio l'out-of-home s'integra col digitale, di cui condivide flessibilità e misurabilità, con la tv, «raddoppiando l'efficacia di una campagna sul piccolo schermo» a giudizio di **Giovanni Ubaldi**, commercial and marketing director Igp-

Decaux, e persino con gli eventi gettando un ponte tra fisico e digitale. Tema non scontato se l'ooh permette di modificare una campagna di comunicazione o di focalizzarla con maggior puntualità a seconda dell'andamento aggiornato delle vendite anche di un singolo supermercato, all'interno di un'intera catena della gdo. A maggior ragione, poi, se «si sfruttano le potenzialità del programmatic advertising che, applicato all'ooh, porta a un'ulteriore flessibilità nella gestione della campagna da parte dell'inserzionista e a una maggior efficacia permettendo una

pianificazione più profonda, tra l'altro per archi temporali o fasce orarie», ha dichiarato **Roberto Sitzia**, innovation media manager di Grandi Stazioni. «Senza dimenticare il fattore trasparenza, nel permettere all'investitore di entrare nella piattaforma ooh e verificare, per esempio, la corretta esecuzione della sua pianificazione».

In tutta questa tecnologia non ha perso di valore la creatività che c'è alla base di ogni pubblicità, anzi «con l'evoluzione dell'affissione statica verso lo schermo di-

digitale con immagini in movimento, noi creativi non siamo più relegati dentro la cornice di una fotografia», è intervenuto **Michele Mariani**, executive creative director del gruppo pubblicitario italiano Armando Testa (che ha inventato nella Penisola la comunicazione esterna, per esempio col famoso manifesto del **Punt e Mes**). «L'idea da cui nasce una campagna dev'essere sempre forte se vuole colpire l'immaginazione del pubblico ed essere ricordata; deve sorprendere anche utilizzando una grafica semplice. Sfatiamo il mito che la tecnologia non sia creativa. Lo è molto». A conferma lo stesso Mariani ha portato gli esempi dello schermo in 3d che Balenciaga ha animato con un doggo (un uomo dalle sembianze di cane) oppure dello schermo che Adidas ha totalmente riempito d'acqua (intendendolo come parete trasparente di una piscina) per invitare da Dubai tutte le donne a mettersi in costume al di là di età, forma fisica e religione. Senza trascurare, infine, *La Dama con l'ermellino* di Leonardo a cui sparisce la collana, dovendo promuovere la serie *Lupin* su Netflix.

© Riproduzione riservata



La campagna pubblicitaria animata in 3d di Balenciaga



Le news in metro di Telesia



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Opificio Fred tra le sorprese di Villa Guelpa

LINK: https://www.mixerplanet.com/opificio-fred-tra-le-sorprese-di-villa-guelpa_210740/



Opificio Fred tra le sorprese di Villa Guelpa Lug 13, 2022 Non mancheranno le sorprese alla grande festa di Villa Guelpa, il 18 luglio, a Lessona, in provincia di Biella. Tra queste, la presenza di Opificio Fred, già produttore della linea Fred Jerbis e pronto a far scoprire ai presenti Fred Alkemil, la linea di liquori pensata per i professionisti della mixology. In collaborazione con Spirits & Colori e Vino & Design Federico Cremasco farà degustare la sua linea di spirit artigianali composta da Gin, Vermut, Bitter **Fernet** e Amaro che continua a riscontare un crescente successo sia sul mercato italiano che internazionale, grazie alla sua filosofia produttiva che esalta il patrimonio botanico del territorio raccontando al mondo l'autenticità del Friuli Venezia Giulia e dell'Italia. Oltre alla linea tradizionale che lo ha fatto conoscere e apprezzare a esperti e appassionati di liquori, Federico sarà dei protagonisti dell'evento con

la nuova linea di liquori Fred Alkemil. Un nome che richiama il passato e la mitica Alchemilla, pianta amata dagli alchimisti che utilizzavano la rugiada che si depositava sulla superficie delle foglie per ricercare la Pietra Filosofale e per preparare l'Elisir di lunga vita. Una "magia", quella proposta da Federico, rigorosamente in camice bianco da buon alchimista egli stesso, realizzata artigianalmente con botaniche friulane e in quantità limitata seguendo un'antica ricetta del XIX secolo. Ad affascinare sono i liquori Curaçao Imperiale, Rosolio di Bergamotto, Crème de Cassis, Ratafia alla ciliegia, Maraschino, Creme Violette, Liqueur Peach e Alchermes che compongono la linea.

I cocktail per l'estate 2022 di Distillerie Berta

LINK: https://www.mixerplanet.com/cocktail-per-lestate-2022-di-distillerie-berta_210713/



I cocktail per l'estate 2022 di Distillerie Berta Lug 12, 2022 Distillerie Berta ha ideato sei nuovi cocktail freschi e dissetanti per rallegrare gli aperitivi estivi. Protagonisti, miscelati con altri ingredienti, i migliori distillati e liquori delle Distillerie come ad esempio l'Amaro Il 28 di Via San Nicolao, il Rosolio di Rose, il Liquore Assenzio Favola Mia e le grappe, in questo caso Oltre il Vallo ed Elisi. BERTA TONIC Un gin tonic con un tocco di Amaro Il 28 di Via San Nicolao. L'Amaro Il 28 di Via San Nicolao: INGREDIENTI Alcol idrato, brandy, zucchero, infusi di erbe aromatiche. PROFUMO: Complesso, ampio, avvolgente, con grande personalità. Splendido concerto di sensazioni nelle quali spicca la genziana, il rabarbaro, il calamo, la china. SAPORE: Ricco, avvolgente, si confermano le sensazioni avvertite al profumo. CAPACITÀ BOTTIGLIE: 70Cl GRADAZIONE: 30% vol. BICCHIERE CONSIGLIATO: Calice Selezione. COME

FARE IL BERTA TONIC: 50 ml di Il 28 di Amaro il 28 di via San Nicolao 25 ml Gin, una fetta di pelle di arancia, tonica q.b. UN AMERICANO A ROCCANIVO L'Americano a modo nostro: Martini Rosso, Campari Bitter e Il 28 di Via San Nicolao COME FARE UN AMERICANO A ROCCANIVO: 25 ml di **Punt e mes**, 25 ml Martini Rosso, 25 ml Campari, 50 ml di Amaro il 28 di via San Nicolao, soda q.b. e una fetta d'arancia ROSÉ TONIC Un gin tonic con un tocco di Rosolio di Rose. Rosolio di Rose: INGREDIENTI Alcol idrato, zucchero, infusi di petali di rose. PROFUMO: Complesso, ampio, avvolgente, con grande personalità. Splendido concerto di sensazioni nelle quali spiccano le note floreali dei petali di rosa, della banana e della vaniglia. SAPORE: Ricco, avvolgente, si confermano le sensazioni avvertite al profumo. CAPACITÀ BOTTIGLIE: 70Cl GRADAZIONE: 25% vol. BICCHIERE CONSIGLIATO: Calice Selezione. COME

FARE IL ROSÉ TONIC: 50 ml di Rosolio di Rose, 50 ml Gin, Acqua tonica q.b. OLD MOMBARUZZO Grappa invecchiata in botti da Whisky Oltre il Vallo, Amaro Il 28 di Via San Nicolao e soda: ed è subito aperitivo. Oltre il Vallo: Una grappa invecchiata pregiata, affinata in botti di single malt scotch whisky. Il progetto è l'unione di due culture: la passione artigianale della famiglia Berta e la maestria della migliore tradizione scozzese, rappresentata da un'azienda globale come Diageo, leader mondiale delle bevande alcoliche premium. Due culture così diverse, accomunate tuttavia dalla passione per la distillazione. Di colore ambrato, Oltre il Vallo è caratterizzata da un sapore morbido e avvolgente. All'inizio è un'esplosione di profumi che spaziano dalle note di vinaccia, uva passa, frutta secca e mandorla. In un secondo momento queste sensazioni lasciano il posto a un leggero sentore di fumo, torba e malto.

Setosa e avvolgente, permane a lungo in bocca e riconferma al palato le sensazioni olfattive di morbidezza, in un bouquet di profumi che ricordano l'arancia, la nocciola e, sul finire, il tabacco e il miele. La Gradazione alcolica è 43% vol. e viene proposta al pubblico in elegante latta. Bicchiere consigliato: Calice Selezione. **COME FARE L'OLD MOMBARUZZO:** 25 ml di grappa Oltre il Vallo, 50 ml di Amaro Il 28 di via San Nicola, 5 ml di zucchero liquido, tre gocce di angostura o orange bitter, ghiaccio BERTARITO Un freschissimo Mojito ma, al posto del Rum, il Liquore Assenzio Favola Mia. Favola Mia: **INGREDIENTI** Alcol idrato, zucchero, infusi di artemisia. **PROFUMO:** Complesso, ampio, avvolgente, con grande personalità. Splendido concerto di sensazioni nelle quali spicca l'artemisia, l'anice stellato, la menta e il coriandolo. **SAPORE:** Ricco, avvolgente, si confermano le sensazioni avvertite al profumo. **CAPACITÀ BOTTIGLIE:** 70 Cl **GRADAZIONE:** 42% vol. **BICCHIERE CONSIGLIATO:** Calice Selezione **COME FARE IL BERTARITO:** Pestato di zucchero di canna, lime e menta, 25 ml di Liquore Assenzio Favola Mia, gazzosa q.b. **ELISI SOUR** Un Whisky Sour? Perché non provarlo con la

Grappa Elisi? Grappa Elisi: La Grappa è quella bevanda alcolica, ottenuta mediante distillazione delle vinacce fresche dell'uva; volendo essere un po' più precisi, quell'operazione che ha lo scopo di separare un liquido volatile (l'alcol), dalle sostanze non volatili in esso presenti (vinacce ed acqua). Tutto questo avviene grazie al calore, col quale vengono riscaldati i liquidi che si vaporizzeranno e, in seguito, col freddo che li farà ricondensare. Da Berta questo procedimento lo conoscono bene, da oltre quattro generazioni producono grappe e distillati d'eccezione, di ogni **t i p o l o g i a** e d invecchiamento. La Elisi è una grappa delicata, morbida e dai sensuali aromi che riportano alla frutta e alle note di tostatura, cedute dai diversi anni di invecchiamento in tini e in barrique di rovere. Di un delicato color dell'ambra, ha olfatto ampio e complesso di marasca e spezie, pot-pourri e cacao, miele e vaniglia. Corrispondente al gusto, è morbida e ricca e con finale dai ricordi speziati. **COME FARE L'ELISI SOUR:** 50 ml di grappa Elisi, 5 ml di albume, 10 ml di succo di limone, zucchero liquido.

CARTA CANTA

I figli di Berlusconi e Veronica si riorganizzano

DI ANDREA GIACOBINO

Importante riorganizzazione per gli affari di **Barbara, Eleonora e Luigi Berlusconi**, i tre figli che **Silvio Berlusconi** ha avuto da **Miriam Bartolini**, alias **Veronica Lario**. È stato infatti appena depositato il progetto di scissione parziale proporzionale di H14, controllata pariteticamente al 33% cadauno dai tre Berlusconi a favore di una newco, operazione che «nasce in attuazione (si legge nel documento) di un progetto imprenditoriale avente l'obiettivo di separare gli investimenti caratteristici (la partecipazione in Fininvest pari al 21,4% e la partecipazione nell'immobiliare Lauro) che rimarranno in capo alla società scissa entro il perimetro del medesimo nucleo familiare, dalle attività di investimento nei portafogli cosiddetti di private equity, hedge fund, digital e permanent capital trasferendole alla beneficiaria».

H14, che con la scissione cambierà nome ritrovando quello precedente di Holding Italiana Quattordicesima, trasferirà così alla newco H14 tutta una serie di investimenti finanziari nelle citate attività (tra cui quote in alcuni club deal, propri e di Mediobanca) per un valore patrimoniale netto di 340,3

milioni, rimanendo con un patrimonio netto di 220 milioni. Anche il capitale della nuova H14 sarà detenuto in quote identiche al 33,3% ciascuno dai tre eredi Berlusconi.

Alla newco saranno trasferiti anche i contratti di finanziamento con Deutsche bank e Goldman Sachs mentre la società scissa ha annullato i vecchi strumenti finanziari partecipativi, emettendone di nuovi. Prima della scissione H14 ha approvato il bilancio 2021 chiuso con un utile di 41,5 milioni e che ha visto rivalutata per 210 milioni la quota in Fininvest pari ora ad un valore di carico di 250 milioni.

Branca entra in Etilika, piattaforma digitale per la vendita di alcolici

Con un ticket di 2,5 milioni di euro, **Branca International**, holding controllata, presieduta e guidata da **Niccolò Branca** e a capo del gruppo beverage il cui prodotto più famoso è il «**Fernet Branca**» entra in «**Etilika**», piattaforma digitale di vendita di alcolici lanciata nel 2018, di cui diventa terzo azionista con il 15,5% circa. Qualche giorno fa, infatti, s'è chiuso l'aumento di capitale va-

rato il 29 marzo scorso dalla Digital Wines srl, proprietaria della piattaforma, in un'assemblea degli azionisti svoltasi a Milano davanti al notaio **Giovanella Condò**.

Alla riunione hanno preso parte i soci di larga maggioranza, rappresentativi del 92,4% del capitale, primo fra tutti il presidente **Marco Guerrini** con la sua Guerrini Holding e **Michele Trotta**. Gli azionisti hanno deliberato una ricapitalizzazione da 12mila a oltre 15mila euro di nominale con un sovrapprezzo di 2,49 milioni.

Guerrini e Trotta non hanno sottoscritto e così **Branca International** ha versato l'intero importo dell'aumento: i primi due soci in tal modo si sono diluiti, rispettivamente, al 49,7% e al 16,6%. Digital Wines ha registrato ricavi per oltre 2,7 milioni nel 2020 (ultimo bilancio disponibile).

Guerrini e Trotta quattro anni fa hanno varato Etilika, tra i principali operatori nazionali del settore online wine & spirits, con forte specializzazione sulle etichette italiane con più di 2.000 etichette disponibili, arricchita poi da «Etilika Horeca», la nuova piattaforma dedicata agli operatori del settore.

La proprietà intellettuale "A" riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa "A" da intendersi per uso privato



IL FILM CHE CONIÒ LO STILE ITALIANO

Il novantesimo della Mostra di Venezia occasione per rivedere un capolavoro in gara alla prima edizione: "Gli uomini, che mascalzoni..." di Camerini. Un'opera che aprì il nostro cinema alla modernità per tecnica e linguaggio

FABRIZIO FOGLIATO

Il 9 luglio - celebrazione dei 90 anni della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica della Biennale di Venezia - ci sarà la possibilità di assistere alla proiezione di due capolavori "Regen" (Pioggia) di Manrus Frankene e Joris Ivens (Olanda, 1929, 12') e "Gli uomini, che mascalzoni..." di Mario Camerini (Italia, 1932, 66'), con Vittorio De Sica - entrambi nel programma della prima edizione del 1932. Le celebrazioni comprendono: alla Biblioteca dei Giardini della Biennale, un convegno internazionale con la presentazione del volume storico "La Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia" scritto da Gian Piero Brunetta; al Portego di Ca' Giustinian, un'esposizione sulla prima edizione del '32. Per noi, non veneziani, l'occasione di riscoprire uno dei film più sorprendenti e innovativi della storia del cinema italiano.

"Gli uomini, che mascalzoni...", primo film italiano presentato alla Mostra del 1932, l'11 agosto. Il cinema italiano, durante il ventennio fascista vive un legame stretto e indissolubile tra realtà e finzione. Il regime strutturava la propria propaganda attraverso l'uso spregiudi-

cato della radio, trasformandola in breve tempo in megafono della "fabbrica del consenso". Il cinema non sfonda a causa dell'alta concentrazione di sale, solo nelle città; la radio, invece, si diffonde nei salotti borghesi e popolari.

L'atteggiamento del fascismo nei confronti del cinema è dunque caratterizzato, almeno per il primo decennio, da scetticismo; atteggiamento che comporta che - fino alla soglia degli anni '30 - vengano sottovalutate le sue potenzialità affabulatorie. Sul finire degli anni '20 nasce l'Istituto Luce (L'Unione Cinematografica Educativa), l'ente cinematografico creato per fungere da cassa di risonanza della propaganda attraverso produzione e diffusione di documentari e cinegiornali. In breve tempo la proiezione del Cinegiornale Luce diventa obbligatoria nelle sale di tutto il paese (dal 1926 fino al '38 quando nasce il cinegiornale Incom) ed è usata per trasformare la figura di Mussolini in "icona mitica". I cinegiornali Luce restituiscono agli italiani l'immagine di un paese virtuale in cui coesistono armoniosamente progresso e tradizione e in cui la figura del Duce appare, divolta in volta, mutata (ed esaltata) in

relazione ai diversi contesti.

Fascismo e settima arte

In realtà il fascismo non sfruttò mai completamente le potenzialità espressive del mezzo cinematografico, limitandosi a un controllo censorio e a una sorta di protezionismo autarchico. Il regime, lentamente, trasforma i comportamenti degli individui, altera gli equilibri sociali e induce subdolamente a un cieco conformismo una popolazione "ipnotizzata" dal pensiero unico. Chi dissente è un sovversivo, un nemico (della patria e della ragione) da eliminare anche fisicamente. Piero Gobetti - giovane intellettuale torinese classe 1901 - individua (prima di altri) l'esistenza delle "due Italie". Egli afferma che «soltanto chi appartiene all'altra Italia, cioè chi è di un'altra razza può veramente essere antifascista»; individua come tale solo chi è disposto a combattere a lungo, senza alcuna speranza, però mantenendosi coerente su quelle posizioni, per dare esempio all'Italia di uomini che non si piegano. L'Italia del dissenso su "La rivoluzione liberale" di Gobetti e quella del conformismo: l'"italietta" delle commedie sentimentali degli anni '30 di Camerini,


**Il legame
con la grafica
altro elemento
originale:
la pubblicità
innerva l'opera**



Blasetti, Campogalliani, Genina. Con l'inaugurazione dei nuovi studi Cines (23 maggio 1930), attrezzati per la realizzazione di film

sonori, l'imprenditore ligure Stefano Pittalugasi dimostra l'unico in Italia capace di traghettare il cinema autoctono dal muto al sonoro. Dopo la sua morte, avvenuta nell'aprile 1931, la Cines-Pittaluga viene temporaneamente affidata nelle mani dell'amministratore delegato Guido Pedrazzini, prima dell'illuminata gestione di Ludovico Toepfritz ed Emilio Cecchi (aprile 1932 - ottobre 1933). Su loro invito il commediografo Aldo De Benedetti scrive un soggetto (e conseguente sceneggiatura, a partire dalla sua novella "L'amore a spasso" destinata a non essere mai realizzata per lasciare il posto a "Taxi", titolo di lavorazione del film "Gli uomini, che mascalzoni..."), co-sceneggiato con Camerini e Mario Soldati; il titolo è la citazione di un passaggio della commedia teatrale "La resa di Titi" (De Benedetti-Zorzi) in cui la protagonista dice: «Che ho?... Che ho? Ho che gli uomini sono tutti mascalzoni!».

Una recensione d'epoca

Riporta "Cinema Illustrazione" del 19 ottobre '32: «Che c'è in questo film? Nulla. Non una favola che di per sé interessi, non vere trovate, non personaggi tipici, non tecnica insolita, non vedute panoramiche da trasecolare, non un'attrice da sognarsela. Eppure tutto fila, si ride si passa un'ora lieta, si loda la bravura del regista e degli interpreti». Questi sono Lya Franca (Mariuccia) e Vittorio De Sica (Bruno) in un film che definisce lo "stile italiano" ricalco di quello hollywoodiano dell'epoca secondo la tripartizione: rigido rapporto di causa/effetto, descrizione degli ambienti che non contrasta con l'azione (anzi l'ambiente è subordinato ad essa), psicologie dei personaggi che delineano due figure e improntate alla più spontanea naturalezza. Storia quotidiana di due giovani (commessa e meccanico) che si incontrano, vivono schermaglie e gelosie e, alla fine si sposano.

Il film si apre sull'alba di una grande città; Milano (incrocio di diritti commerciali e di strade che uniscono e separano, facilmente, le

persone) con il Duomo che irrompe sullo schermo mostrato come il sorgere del Sole da dietro le vetrine della Rinascenza. Il film è già tutto in questo contrasto, matrice di tut-

ti quelli a venire. Il sentimento lavorativo "milanese e urbano" (racchiuso nel saluto del padre alla figlia dormiente: «Sorgi e lavora») si coniuga con quello sentimentale che tra i due nasce in una trattoria sulla strada dei laghi; "locus amoenus" in cui si svolge un'esistenza dai ritmi e dalle cerimonie campestri e tradizionali: il gioco delle bocce, i biscotti e il vino, gli alpini che

cantano in coro "La rivista dell'armamento", il ballo, il pianoforte a gettone che offre ai due giovani la danza sulle note del leitmotiv del film "Parlami d'amore Mariù" (scritta da Cesare A. Bixio per la futura moglie Mary Bacigalupi) creando una perfetta sinergia tra composizione musicale e sua applicazione diegetica visto che Bruno si dichiara a Mariuccia cantando la canzone.

Coesistenza tra opposti

Camerini approda tecnicamente a una coesistenza possibile tra opposti anche sul piano del linguaggio cinematografico, quando si accorge che è possibile separare la colonna sonora da quella fotografica senza incorrere in inconvenienti, sfruttando così pieno le potenzialità del montaggio dinamico e frenetico, la successione di inquadrature brevissime, l'utilizzo della camera-care della macchina a mano per conferire alla pellicola un'inusuale e spiazzante (ancora oggi) dinamismo (700 inquadrature in poco più di 65'). Ritmo, velocità, dinamismo: dentro Milano si può vivere h24... ma il tempo scandito dallo stillicidio di orologi che costella il film - prefigura già una biancardina "vita agra".

Il legame con la grafica è l'altro elemento innovativo e originale del film: la pubblicità innerva la pellicola creando persino una sorta di "product placement" ante-literam. Le vie della metropoli meneghina sono tappezzate da insegne pubblicitarie, manifesti e cartelloni, che costituiscono altrettanti sintomi di una fase di crescita capitalistica. I marchi industriali sono evidenziati e resi leggibili durante lo scorrere del film: Fernet Branca, Crema Venus, Alemagna, Birra Italiana, Cinzano, Rinascenza sono le evidenze di impliciti contratti commerciali stipulati dalla produzioni con le aziende per esaltare la presenza di Vittorio De Sica allora proveniente dalla rivista Za Bum altrettanto pubblicizzata nel film con dovizia di manifesti.

Il culmine di questo percorso è la grande sequenza girata alla Fiera Campionaria che nel film è prean-

nunciata con ripetute inquadrature sui manifesti riportanti "13. Fiera di Milano, 12-21 aprile 1932". Ma la vera e indiscussa protagonista del film è la Fiat 525 Torpedo: anima seduttrice e dannunziana ma anche trabiccolo incidentato che immobilizza il protagonista e, temporaneamente, lo condanna all'inazione e alla separazione da Mariuccia; ci penserà un'altra vettura - meno lussuosa e più popolare - a farli incontrare definitivamente. Inizia lo "stile italiano".

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lya Franca (nel ruolo di Mariuccia) e Vittorio De Sica (Bruno) in una scena del film di Mario Camerini

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

IL FILM CHE CONIÒ LO STILE ITALIANO

Il novantesimo della Mostra di Venezia occasione per rivedere un capolavoro in gara alla prima edizione: "Gli uomini, che mascalzoni..." di Camerini. Un'opera che aprì il nostro cinema alla modernità per tecnica e linguaggio

FABRIZIO FOGLIATO

Il 9 luglio - celebrazione dei 90 anni della Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica della Biennale di Venezia - cisarà la possibilità di assistere alla proiezione di due capolavori "Regen" (Pioggia) di Manrus Franken e Joris Ivens (Olanda, 1929, 12') e "Gli uomini, che mascalzoni..." di Mario Camerini (Italia, 1932, 66'), con Vittorio De Sica - entrambi nel programma della prima edizione del 1932. Le celebrazioni comprendono: alla Biblioteca dei Giardini della Biennale, un convegno internazionale con la presentazione del volume storico "La Mostra Internazionale d'Arte Cinematografica di Venezia" scritto da Gian Piero Brunetta; al Portego di Ca' Giustinian, un'esposizione sulla prima edizione del '32. Per noi, non veneziani, l'occasione di riscoprire uno dei film più sorprendenti e innovativi della storia del cinema Italiano.

"Gli uomini, che mascalzoni...", primo film italiano presentato alla Mostra del 1932, l'11 agosto. Il cinema italiano, durante il ventennio fascista vive un legame stretto e indissolubile tra realtà e finzione. Il regime strutturale propria propa-

ganda attraverso l'uso spregiudicato della radio, trasformandola in breve tempo in megafono della "fabbrica del consenso". Il cinema non sfonda a causa dell'alta concentrazione di sale, solo nelle città; la radio, invece, si diffonde nei salotti borghesi e popolari.

L'atteggiamento del fascismo nei confronti del cinema è dunque caratterizzato, almeno per il primo decennio, da scetticismo; atteggiamento che comporta che - fino alla soglia degli anni '30 - vengano sottovalutate le sue potenzialità affabulatorie. Sul finire degli anni '20 nasce l'Istituto Luce (L'Unione Cinematografica Educativa), l'ente cinematografico creato per fungere da cassa di risonanza della propaganda attraverso produzione e diffusione di documentari e cinegiornali. In breve tempo la proiezione del Cinegiornale Luce diventa obbligatoria nelle sale di tutto il paese (dal 1926 fino al '38 quando nasce il cinegiornale Incom) ed è usata per trasformare la figura di Mussolini in "icona mitica". I cinegiornali Luce restituiscono agli italiani l'immagine di un paese virtuale in cui coesistono armoniosamente progresso e tradizione e in

cui la figura del Duce appare, divolta in volta, mutata (ed esaltata) in relazione ai diversi contesti.

Fascismo e settima arte

In realtà il fascismo non sfruttò mai completamente le potenzialità espressive del mezzo cinematografico, limitandosi a un controllo censorio e a una sorta di protezionismo autarchico. Il regime, lentamente, trasformò i comportamenti degli individui, alterò gli equilibri sociali e induce subdolamente a un cieco conformismo una popolazione "ipnotizzata" dal pensiero unico. Chi dissente è un sovversivo, un nemico (della patria e della ragione) da eliminare anche fisicamente. Piero Gobetti - giovane intellettuale torinese classe 1901 - individuo (prima di altri) l'esistenza delle "due Italie". Egli afferma che «soltanto chi appartiene all'altra Italia, cioè chi è di un'altra razza può veramente essere antifascista»; individuo come tale solo chi è disposto a combattere a lungo, senza alcuna speranza, però mantenendosi coerente su quelle posizioni, per dare esempio all'Italia di uomini che non si piegano. L'Italia del dissenso su "La rivoluzione liberale" di



Gobetti e quella del conformismo: l' "italietta" delle commedie sentimentali degli anni '30 di Camerini, Blasetti, Campogalliani, Genina. Con l'inaugurazione dei nuovi studi Cines (23 maggio 1930), attrezzati per la realizzazione di film

sonori, l'imprenditore ligure Stefano Pittalugasi dimostra l'unico in Italia capace di traghettare il cinema autoctono dal muto al sonoro. Dopo la sua morte, avvenuta nell'aprile 1931, la Cines-Pittaluga viene temporaneamente affidata nelle mani dell'amministratore delegato Guido Pedrazzini, prima dell'illuminata gestione di Ludovico Toeplitz ed Emilio Cecchi (aprile 1932 - ottobre 1933). Sul loro invito il commediografo Aldo De Benedetti scrive un soggetto (e conseguente sceneggiatura, a partire dalla sua novella "L'amore a spasso" destinata a non essere mai realizzata per lasciare il posto a "Taxi", titolo di lavorazione del film "Gli uomini, che mascalzoni..."), co-sceneggiato con Camerini e Mario Soldati; il titolo è la citazione di un passaggio della commedia teatrale "La resa di Titi" (De Benedetti-Zorzi) in cui la protagonista dice: «Che ho?... Che ho? Ho che gli uomini sono tutti mascalzoni!».

Una recensione d'epoca

Riporta "Cinema Illustrazione" del 19 ottobre '32: «Che c'è in questo film? Nulla. Non una favola che di per sé interessi, non vere trovate, non personaggi tipici, non tecnica insolita, non vedute panoramiche da trasecolare, non un'attrice da sognarsela. Eppure tutto fila, si ride si passa un'ora lieta, si loda la bravura del regista e degli interpreti». Questi sono Lya Franca (Mariuccia) e Vittorio De Sica (Bruno) in un film che definisce lo "stile italiano" ricalco di quello hollywoodiano dell'epoca secondo la tripartizione: rigido rapporto di causa/effetto, descrizione degli ambienti che non contrasta con l'azione (anzi l'ambiente è subordinato ad essa), psicologie dei personaggi che delineano due figure improntate alla più spontanea naturalezza. Storia quotidiana di due giovani (commessa e meccanico) che si incontrano, vivono schermaglie e gelosie e, alla fine si sposano.

Il film si apre sull'alba di una grande città, Milano (incrocio di riti commerciali e di strade che uniscono e separano, facilmente, le

persone) con il Duomo che irrompe sullo schermo mostrato come il sorgere del Sole da dietro le vetrine della Rinascenza. Il film è già tutto in questo contrasto, matrice di tutti quelli a venire. Il sentimento lavorativo "milanese e urbano" (racchiuso nel saluto del padre alla figlia dormiente: «Sorgi e lavora») si coniuga con quello sentimentale che tra i due nasce in una trattoria sulla strada dei laghi; "locus amoenus" in cui si svolge un'esistenza dai ritmi e dalle cerimonie campestri e tradizionali: il gioco delle bocce, i biscotti e il vino, gli alpini che



Il legame con la grafica altro elemento originale: la pubblicità innerva l'opera

cantano in coro "La rivista dell'armamento", il ballo, il pianoforte a gettone che offre ai due giovani la danza sulle note del leitmotiv del film "Parlami d'amore Mariù" (scritta da Cesare A. Bixio per la futura moglie Mary Bacigalupi) creando una perfetta sinergia tra composizione musicale e sua applicazione diegetica visto che Bruno si dichiara a Mariuccia cantando la canzone.

Coesistenza tra opposti

Camerini approda tecnicamente a una coesistenza possibile tra opposti anche sul piano del linguaggio cinematografico, quando si accorge che è possibile separare la colonna sonora da quella fotografica senza incorrere in inconvenienti, sfruttando così a pieno le potenzialità del montaggio dinamico e frenetico, la successione di inquadrature brevissime, l'utilizzo del camera-care della macchina a mano per conferire alla pellicola un'inusuale e spiazzante (ancora oggi) dinamismo (700 inquadrate in poco più di 65'). Ritmo, velocità, dinamismo: dentro Milano si può vivere h24... ma il tempo scandito dallo stillicidio di orologi che costella il film - prefigura già una biancardina "vita agra".

Il legame con la grafica è l'altro elemento innovativo e originale del film: la pubblicità innerva la pellicola creando persino una sorta di "product placement" ante-litteram. Le vie della metropoli meneghina sono tappezzate da inse-

gne pubblicitarie, manifesti e cartelloni, che costituiscono altrettanti sintomi di una fase di crescita capitalistica. I marchi industriali sono evidenziati e resi leggibili durante lo scorrere del film: Fernet Branca, Crema Venus, Alemagna, Birra Italiana, Cinzano, Rinascenza sono le evidenze di impliciti contratti commerciali stipulati dalla produzioni con le aziende per esaltare la presenza di Vittorio De Sica allora proveniente dalla rivista Za Bum altrettanto pubblicizzata nel film con dovizia di manifesti.

Il culmine di questo percorso è la grande sequenza girata alla Fiera Campionaria che nel film è preannunciata con ripetute inquadrate sui manifesti riportanti "13. Fiera di Milano, 12-21 aprile 1932". Ma la vera e indiscussa protagonista del film è la Fiat 525 Torpedo: anima seduttrice e dannunziana ma anche trabiccolo incidentato che immobilizza il protagonista e, temporaneamente, lo condanna all'inazione e alla separazione da Mariuccia; ci penserà un'altra vettura - meno lussuosa e più popolare - a farli reincontrare definitivamente. Inizia lo "stile italiano".

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Lya Franca (nel ruolo di Mariuccia) e Vittorio De Sica (Bruno) in una scena del film di Mario Camerini

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

HAPPY HOUR SCOPERTE BRASILIANE



La cachaça è famosa come ingrediente della caipirinha e altri cocktail, ma è altrettanto buona da sorseggiare pura.

Che cos'è?

La cachaça è un distillato simile al rum legato alla cultura e alla cucina brasiliana. Ma mentre il rum può essere distillato a partire da melassa, zucchero grezzo e molto altro in ogni parte del mondo, la cachaça si produce esclusivamente in Brasile a partire da succo di canna da zucchero allo stato grezzo. Il risultato è una scoppiettante combinazione di sapori fruttati, speziati e dolci dall'aroma vivace e frizzante.

Bianca o dorata?

La cachaça bianca viene generalmente imbottigliata subito dopo la distillazione, e miscelata per ottenere un aroma più secco e fluido. Tende a essere più economica ed è adatta all'uso nei cocktail. La cachaça scura viene invece invecchiata in botti di legno per periodi che variano dai 3 ai 15 anni. È quella da sorseggiare, apprezzandone le note di caramello, vaniglia e cannella. Una delle caratteristiche più interessanti della cachaça è che si tratta dell'unico distillato invecchiato in botti fatte con legni nativi brasiliani,

come amburana, jequitiba e cabreuva. Poiché fino al 60% dell'aroma e del sapore di un distillato invecchiato derivano dal legno in cui ha riposato, i profili unici dovuti a queste botti sono notevoli.

Come berla

Se l'avete già bevuta, probabilmente era in una caipirinha, cocktail nazionale del Brasile. A base di lime, zucchero, ghiaccio e cachaça, è semplice ma appagante. L'arte sta nella realizzazione: mentre fuori dal Brasile si usa soprattutto ghiaccio tritato, la gente del posto predilige i cubetti pestati a mano. Ma la cachaça si può usare come sostituto in ogni cocktail a base di rum, dal daiquiri al mojito.

Dove iniziare

Per qualcosa di molto semplice, la cachaça è ottima con cola o limonata e una spruzzata di lime. Se preferite sorseggiarla, provatene una da piccole produzioni come la Novo Fogo, invecchiata tre anni. Viene fatta riposare in botti di legno misto, amburana brasiliano e rovere americano, risultando dolce al palato. - ZANE HENRY



IL COCKTAIL

Bitter in Brazil

INGREDIENTI

45 ml cachaça
22,5 ml orange curaçao
22,5 ml **vermouth** dolce
15 ml acqua ghiacciata
5 ml sciroppo di zucchero
2,5 ml **Fernet Branca**

PREPARAZIONE

- 1 Mescolare tutti gli ingredienti con il ghiaccio.
- 2 Versare in un bicchiere Old Fashioned riempito di ghiaccio.



DOVE PROVARLO

ARTESIAN, LONDRA

Questo bar al Langham Hotel (in foto) ha una delle più fornite selezioni di rum di Londra, così come diverse eccellenti cachaça.

artesian-bar.co.uk

LEYENDA, NEW YORK

Nel menu di questo vivace locale pan-latino trovate il Candy Striper ghiacciato con cachaça, cocco, vaniglia, acero, lime, menta piperita e cardamomo.

leyendabk.com

D.O.M. SAO PAULO

Il ristorante con due stelle Michelin dello chef Alex Atala ospita uno dei migliori bar del Brasile, che serve incredibili creazioni a base di cachaça.

domrestaurante.com.br



A Media Club la gara da 8 milioni di euro di f.lli Branca, on air estivo per Brancamenta

12

Incarichi A Media Club la gara da 8 milioni di f.lli Branca; Brancamenta torna on air per l'estate

L'amaro alla menta piperita del Piemonte torna in campagna con una pianificazione omnichannel e l'iconico Jingle musicale "Brrrr... ivido di piacere" rivisitato in chiave moderna da Sing Sing Studio



Media Club è il nuovo centro media scelto dopo gara dai f.lli Branca per gestire il budget stimabile quest'anno in 8 milioni di euro. L'agenzia di GroupM subentra a Carat, e secondo quanto risulta a DailyMedia ha vinto il pitch contro Havas Media e MCM Group. Intanto, Brancamenta torna on air e online con una campagna integrata per presidiare l'estate 2022. Già in tv con il suo intramontabile film storico, e poi in radio, sui social, su Spotify e con una campagna di contextual planning. La presenza estiva dell'amaro alla menta piperita del Piemonte ha avuto inizio con lo spot tv "un intenso brivido di piacere" e l'attualizzazione dello storico jingle a cura di Sing Sing Studio: il video, coinvolgente e di-

namico, on air per 8 settimane dal 12 giugno al 6 agosto, colpisce con grande intensità in pochi secondi, quasi a richiamare quell'apice di piacere istantaneo, procurato dal brivido di piacere ghiacciato, per il quale Brancamenta è così noto e amato. A partire dalla prima settimana di luglio, Brancamenta torna anche sulle piattaforme digitali con tre grandi novità: una campagna social per enfatizzare il potere rinfrescante e l'intenso brivido di piacere attraverso un hashtag di campagna #momentibrrr, per raccontare i momenti che generano più emozioni, dalla prenotazione delle vacanze estive con un click, alla gioia di vedere un cielo stellato davanti a un falò con amici, all'entusiasmo nel condividere una sorpresa inaspettata. Un'attivazione con noti in-

fluencer che mostreranno alle proprie "follower base" la corretta modalità di bevuta, rigorosamente ghiacciata e riattualizzeranno lo storico "Brrrr", rendendo virale il jingle memorabile del Brand. Ognuno di noi sarà invitato a interagire con loro per condividere i più sorprendenti ed emozionanti "momenti brrr". Una campagna di contextual planning sul portale www.meteo.it con creatività diversificate e originali in base alle condizioni meteo. Lo stesso jingle sarà protagonista anche del nuovo spot radio, on air sulle emittenti nazionali e areali del Centro Sud e Veneto dal 17 luglio al 6 agosto 2022, che sarà amplificato anche attraverso la piattaforma di streaming Spotify. Suoni di ambiente esterno, di un luogo molto caldo e assolato. Si sentono tre cubetti di ghiaccio che cadono in un bicchiere e subito la versata di prodotto Brancamenta. All'improvviso i suoni cambiano, si fanno più lievi, una donna sospira dopo aver bevuto, dando l'idea di essere davvero dissetata. Il messaggio è chiaro: "Brancamenta. L'amaro ideale rinfrescante da bere ghiacciato. Brrr... Brancamenta. Un intenso brivido di piacere". Ma non finisce qui: il messaggio si completa con una chiara call to action all'acquisto del prodotto Brancamenta con l'iconico bicchiere "sculptato nel ghiaccio", disponibile nei supermercati e su www.etilika.it, l'eno-teca online specializzata nella ricerca, selezione e vendita dei migliori vini made in Italy, champagne e superalcolici, tra cui l'intero portafoglio Branca, appunto.



Branca nel beverage online con Etilika

di Andrea Giacobino

Con un ticket di 2,5 milioni di euro **Branca International**, holding controllata, presieduta e guidata da Niccolò Branca e a capo del gruppo beverage il cui prodotto più famoso è il liquore **Fernet Branca** entra in Etilika, piattaforma digitale di vendita di alcolici lanciata nel 2018, di cui diventa terzo azionista con il 15,5% circa. Qualche giorno fa, infatti, s'è chiuso l'aumento di capitale varato il 29 marzo scorso dalla Digital Wines srl, proprietaria della piattaforma, in un'assemblea degli azionisti svoltasi a Milano davanti al notaio Giovanna Condò. Alla riunione hanno preso parte i soci di larga maggioranza, rappresentativi del 92,4% del capitale, primo fra tutti il presidente Marco Guerrini con la sua Guerrini Holding e Michele Trotta. Gli azionisti hanno deliberato una ricapitalizzazione da 12mila a oltre 15mila euro di nominale con un sovrapprezzo di 2,49 milioni. Guerrini e Trotta non hanno sottoscritto e così **Branca International** ha versato l'intero importo dell'aumento: i primi due soci in tal modo si sono diluiti, rispettivamente, al 49,7% e al 16,6%. Digital Wines ha registrato ricavi per oltre 2,7 milioni nel 2020 (ultimo bilancio disponibile). Guerrini e Trotta quattro anni fa hanno varato Etilika, tra i principali operatori nazionali del settore online wine & spirits, con forte specializzazione sulle etichette italiane con più di 2.000 etichette disponibili, arricchita poi da "Etilika Horeca", la nuova piattaforma dedicata agli operatori del settore. (riproduzione riservata)



Niccolò Branca



In radio ?No Panic? nuovo singolo di Pietro Falco

LINK: <https://www.laprimapagina.it/2022/07/01/in-radio-no-panic-nuovo-singolo-di-pietro-falco/>

In radio "No Panic" nuovo singolo di Pietro Falco Di Redazione - Luglio 1, 2022 5 Dal oggi è disponibile in rotazione radiofonica "No Panic", il nuovo singolo di Pietro Falco, già disponibile su tutte le piattaforme di streaming digitali dal 24 giugno. Il brano "No Panic" è caratterizzato da un sound funky leggero, pieno di chitarre, basso e sintetizzatori. Ascoltando il pezzo sembra che il cantautore si rivolga ad una persona, ma in realtà è una dichiarazione d'amore verso la vita, un inno alla libertà, alla voglia di vivere. Spiega l'artista a proposito del brano: «Ho scritto "No Panic" pensando un po' alla mia storia. Pur amando follemente la musica da quando sono nato, dopo il liceo mi sono iscritto all'università e ho intrapreso un altro percorso. Non stavo bene ed ho passato anni di buio dai quali mi hanno salvato la musica, gli amici, l'amore per la vita. Nella canzone c'è un punto in cui canto: "Sei la voglia di mare, voglia di stare bene, voglia di stare insieme", ecco per me questa è la sintesi di tutto. Il pezzo comincia con la mia solita malinconia e si evolve in un funky leggero, perché solo con la

leggerezza riusciamo a prendere sul serio le cose, solo dopo aver conosciuto l'amaro, apprezziamo il dolce». Il videoclip di "No Panic" racconta la storia di una ragazza, ormai una donna in carriera, che si appresta a cominciare la solita frenetica giornata di lavoro. Presa dal "panico", chiude gli occhi e comincia ad immaginare, a ricordare la persona che era, fino a liberarsi da tutto e tornare a fare ciò che la rende felice, tornare a sentirsi libera e viva. Pietro Falco è un cantautore, musicista polistrumentista italiano. Attratto nella prima infanzia da un pianoforte a coda tenuto nel salotto di casa, comincia a dedicarsi alla chitarra all'età di otto anni. A 12 anni scopre e rimane affascinato dai Red Hot Chili Peppers, che lo porteranno poi ai maestri del Funk, George Clinton prima di tutti. Durante l'adolescenza suona in diversi gruppi, prevalentemente rock blues. Grazie a questa attività riesce a farsi notare diventando session man e turnista. Esordisce come cantautore nel 2014, pubblicando un album autoprodotta, "Gioventù suonata", grazie al quale, l'anno successivo, arriva al Festival di Castrocaro,

classificandosi al secondo posto. Nel frattempo, si dedica allo studio di altri strumenti e alla musica elettronica. Cominciano una serie di collaborazioni in studio e un'altra serie di album, dapprima "k2" (con il duo rock Kristi), poi "Vita eclettica" nel 2019. Dal 2020 continua a partecipare a produzioni artistiche, prevalentemente della scena romana, e comincia a produrre personalmente alcuni artisti. Nel 2022 pubblica "Mine", un brano che anticipa un nuovo progetto, in cui mette insieme Funk, Blues, Rock ed elettronica, senza distaccarsi dalla forma canzone. Articolo precedente Fernet-Branca: 5 curiosità su un prodotto internazionale tutto da scoprire Redazione

WIRTSCHAFT

Familie Bling-Bling

Thomas Sabo wurde mit Sammel-Armbändern berühmt. Aber irgendwann war es wie mit den Diddl-Mäusen oder den Panini-Bildern: Niemand wollte sie mehr sammeln.

Über ein Unternehmen, das sich neu erfindet VON STEFANIE WITTERAUF

Wenn Thomas Sabo spricht, klingen seine Worte weich, der fränkische Dialekt legt sich wie eine Wattewolke auf die Silben, dämpft die Schärfen, rundet die Kanten. »Ich segne jedes Design selbst ab«, sagt der Unternehmer, der mit silbernem Modeschmuck reich und sehr bekannt geworden ist.

An diesem Frühlingmorgen hängt Tau auf der Wiese, die Sonne schiebt sich über die Weinberge am Stadtrand von Wien. Thomas Sabo, 61, Schnauzer, weißgraue Haare bis zu den Schultern, trägt die Uniform der fitten, doch zugleich in die Jahre gekommenen Männer: bequeme Turnschuhe, Outdoorjacke, schwarze Jeans. Mit raschen Schritten geht er über den Kies an der Sisi-Kapelle vorbei. »Am Himmel« heißt das Areal, es befindet sich im 19. Bezirk Wiens, der offiziell Döbling heißt und inoffiziell »DöBlingBling« genannt wird – weil hier so viele Villen stehen. In eine davon ist Thomas Sabo vor ein paar Monaten zusammen mit seiner Frau Rita und Babytochter Venezia gezogen. Es ist ein Neuanfang in Wien für die ganze Familie. Und für sein Unternehmen, das zuletzt nicht mehr glänzte.

Zusammen mit seiner Frau und dem ältesten Sohn Santiago, 21, hat Thomas Sabo die neue Marke Saboteur gegründet. Verkaufte er bisher erschwinglichen Schmuck, strebt er nun ins Luxussegment und will Nobeljuwelieren wie Tiffany oder Bulgari Konkurrenz machen. Einfache Saboteur-Ohrstecker kosten etwa hundert Euro. Es gibt aber auch Piercings mit Diamanten für 1000, Edeldahluhren für 3000, Talisman-Ketten für knapp 10.000 Euro. Die Schmuckwelt wird er damit zwar nicht verändern. Aber er will sich zumindest selbst beweisen, dass er es in einem Alter, in dem andere auf ihren Ruhestand zusteuern, immer noch draufhat.

Ende Mai eröffnete Sabo in Wien den ersten Saboteur-Shop, Techno-Legende DJ Hell legte auf. Das mag auf den ersten Blick nicht zu Thomas Sabo passen, pflegte er doch bisher ein Rocker-Image. Er inszeniert sich in Cowboystiefeln mit Absatz, trägt dicke Ringe und Lederkluft. Seine Lieblingsband ist

The Cure. Unmelodische Elektromusik ist eigentlich nicht sein Genre. Doch wenn seine zwei Söhne in einen Techno-Club wollen, »da muss der Papa mit«, sagt Thomas Sabo.

Der Sabo-Schmuck verschwand hinten im Schrank oder wurde bei eBay vertickt

Vor vier Jahren hatte Sabo einen Bandscheibenvorfall. Daraufhin wollte er beruflich kürzertreten, zog sich aus der Geschäftsführung seines Unternehmens zurück. Der Arzt empfahl ihm, seinen Bewegungsradius zu erweitern. Seither spaziert er jeden Morgen um sechs Uhr zwei Stunden durch Wien, macht mit dem Smartphone Fotos vom Sonnenaufgang und verschickt von unterwegs »liebe Messages« an seine Frau Rita, wie er erzählt.

Nur mit seinem Ausscheiden aus dem Unternehmen hat es nicht geklappt. Der Silbertitan, so wird er von seinen Angestellten genannt, ist zurückgekommen, leitet wieder selbst die Geschäfte. Schuld sind die Pandemie, die geschlossenen Geschäfte und das Homeoffice. In Krisen wie Corona brauche es eben den Chef, vor allem bei der Mitarbeitermotivation, findet Sabo.

Aber immerhin steht ihm seit diesem Jahr sein Sohn Santiago zur Seite. In ihrer Zentrale in Lauf an der Pegnitz nordöstlich von Nürnberg beschäftigen die Sabos 500 ihrer weltweit etwa 1200 Mitarbeiter. Santiago Sabo ist heute in etwa so alt, wie sein Vater es war, als er 1984 das Unternehmen gründete. »Es ist sicherlich ein gewisser Druck und eine Bürde, der Sohn von Thomas Sabo zu sein«, sagt Thomas Sabo. »Aber ich habe meinen Söhnen keinen Druck gemacht und nicht versucht, sie in ein Schema zu pressen. Eliteschulen, Latein hin und her, den ganzen Zirkus – das habe ich meinen Kindern nie angetan.« Santiago steige aus freien Stücken in die Firma ein. Sein zweiter Sohn zeige nicht so viel Interesse am Familienbetrieb. Er macht eine Ausbildung in Audiodesign.

Thomas Sabo verbrachte seine Kindheit bei seinen Tanten und Großeltern in Niederösterreich, seine Jugend bei seinem alleinerziehenden Vater in Nürnberg. Mit 14 brach er die Schule ab. »Ich hatte keine große Auswahl an Möglichkeiten«, sagt er. Also begann er eine Ausbildung zum Feinmechaniker, die Lehrstelle hatte ihm sein Vater Franz verschafft. Nach dem Abschluss arbeitete Sabo zu-



nächst im Gartenbau, in der Gastronomie, machte Gelegenheitsarbeiten. Er sparte Geld, träumte im fränkischen Nürnberg von der weiten Welt.

Mit 22 reiste er mit dem Rucksack ins indische Goa, in den Siebzigerjahren Pilgerziel der Hippies und Aussteiger. Von Indien flog er weiter nach Sri Lanka, landete schließlich in Thailand. In Chiang Mai traf er durch Zufall einen Schweizer, der ihn in den Schmuckhandel einführte und ihm Lieferanten vorstellte. Kurzerhand habe er seinen Canon-Fotoapparat gegen Schmuck getauscht und den Schmuck später für mehr Geld weiterverkauft, erzählt Sabo. So wurde er vom Rucksacktouristen

zum Schmuckhändler. Schon damals ließ er sein erstes eigenes Design fertigen, einen Ring in Form einer Schlange mit Rubinen als Augen.

Berühmt wurde Sabo dann aber erst mit seinen Bettelarmbändern und den dazugehörigen Anhängern. Die Geschichte dahinter geht so: Auf einer Geschäftsreise in Hongkong kam Sabo und seiner damaligen Kreativdirektorin Susanne Kölbl die Idee mit den Sammel-Armbändern, Anfang der Nullerjahre war das. Vier Monate später präsentierten sie die kleinen, detailreichen Schmuckstücke, die sich mit Karabinerhaken an einem Armband befestigen lassen, auf einer Fachmesse. Schnell wurden sie zum Hype-Produkt. Flipflops, Eiffeltürme, Lippenstifte, Kreuze oder Buchstaben baumelten bald nicht nur von Teenager-Handgelenken, wurden zum Geburtstag, guten Zeugnis und zur Kommunion verschenkt.

Ähnlich wie Panini-Sticker oder mit Diddl-Mäusen bedruckte Notizblöcke entfachten die Anhänger eine Sammelleidenschaft, die Sabo mit immer neuen Kollektionen geschickt anzuheizen verstand. Nur erging es seinem Schmuck wie jedem Trend: Irgendwann war er vorbei. Heute werden viele von Sabos Anhängern in ihren schwarz-weißen Schachteln in hinteren Schrank-Ecken aufbewahrt oder auf eBay verkauft.

Das schlug sich auch wirtschaftlich nieder. Im Geschäftsjahr 2019/20 setzte Thomas Sabo 147 Millionen Euro um, gut 25 Millionen Euro weniger als im Jahr zuvor. Unterm Strich stand sogar ein Verlust von 12 Millionen Euro. Das hatte zwar auch mit

dem Lockdown zu tun, aber die Umsätze waren schon vor Corona gesunken. Über mehrere Jahre hatte das Unternehmen rote Zahlen geschrieben. »In den Vorjahren der Pandemie sind wir schon aus einigen Märkten herausgegangen, und dies hat sich dann auch im Umsatz und Resultat widerspiegelt«, schreibt Sabo auf Nachfrage per Mail.

Jetzt soll die neue Schmucklinie, das Familienprojekt, die Wende bringen. »Wir haben drei Jahre daran gearbeitet«, sagt Sabo. Den Start mussten sie wegen der Pandemie zweimal verschieben, eine Eröffnung mit Prunk und Promis war unmöglich.

Am Nachmittag ein Besuch im neuen Geschäft im Wiener 1. Bezirk. Vor dem Stephansdom versuchen ein paar Mozart-Darsteller, die Touristen zu einem Opernbesuch zu überreden. Ein paar Klamotten- und Burgerläden weiter befindet sich

der neue Store von Sabo. Die Fassade ist olivfarben, die Schaufenster sind mit geometrischen Figuren dekoriert. Sogar die Verkäuferin wirkt mit ihren platinblonden Haaren und dem »la familia«-Tattoo wie ein Teil des Konzeptes.

In Glasvitrinen liegen mächtige Siegelringe, grobgliedrige Ketten und mit geschwärzten Diamanten besetzte Totenkopf-Ohrstecker. Einige Schmuckstücke könnten aus früheren Kollektionen von Thomas Sabo stammen. Andere wirken verglichen mit den glitzernden Bettelarmbändern überraschend minimalistisch. Für das Kreative der neuen Luxusmarke ist Sabos neue Frau Rita zuständig. Einige Designs habe sie während eines Flugs auf die Balearen entworfen, erzählt Sabo.

Während sein Vater im ersten Stock über das Budget berät, führt Santiago Sabo durch den Shop, erklärt Designs und präsentiert den hinteren Bereich mit dem eigenen Piercingstudio. Hier sollen Ohrläppchen, Nasenflügel und andere Knorpel durchstochen werden, während vorne 925er-Sterlingsilber, 18-Karat-Gelbgold und Diamanten verkauft werden. Es wirkt wie die rockigere Variante des Juweliers Christ, in dessen Filialen Omas, Mütter oder Tanten den Kindern die ersten Ohrlöcher stechen lassen.

Santiago erzählt, dass er gerade in Österreich eine Ausbildung zum Piercer mache, weil seine deutsche Piercing-Weiterbildung nicht anerkannt werde. »Es ist spannender, selbst zu piercen, als gepierct zu werden«, sagt er. »Ich habe früher wenig auf Ohrringe geachtet, jetzt habe ich den Tick entwickelt, dass ich immer überlege, welches Piercing einer Person stehen würde.« Am Vormittag hat er einem der Verkäufer ein zweites Ohrloch verpasst. »Hat gar nicht wehgetan«, beteuert dieser und will bald auch sein anderes Ohr hinhalten.

Santiagos Ringfinger ziert ein Tigertattoo – eine Hommage an das Nürnberger Eishockeyteam, dessen Hauptsponsor sein Vater bis 2019 war. Und auch sein allererstes Tattoo – eine 11 – hat er sich an seinem 18. Geburtstag zusammen mit seinem Vater stechen lassen. Beide tragen ihre Lebenszahl unter der Haut, die sie aus den Ziffern ihres jeweiligen Geburtstags addiert haben.

Das Gute ist ja: Irgendwann kommt in der Mode alles wieder

»Mein Vater ist mein Vorbild«, sagt Santiago. »Ich habe Respekt vor seiner Leistung als Unternehmer. Und das neue Projekt ist meine Leidenschaft.« Aufgewachsen ist er in Nürnberg und Barcelona, wo er zusammen mit Sprösslingen des Coca-Cola-Imperiums und einem Präsidentensohn eine Privatschule besucht habe, wie er erzählt. Danach machte er eine Ausbildung zum Großhandelskaufmann im familieneigenen Betrieb. »Schon als Jugendlicher war ich mit auf den Geschäftsreisen in Bangkok und Hongkong. Einen anderen Lebensplan, als ins Unternehmen einzusteigen, hatte ich nie.«

Hat er keine Angst, sein Leben lang im Schatten des Vaters zu stehen? Eines Geschäftsmannes,

der bis heute jedes Schmuckstück persönlich absegnen will und es nicht geschafft hat, sich wie geplant aus der Firma zurückzuziehen?

»Geschäftlich und privat ist bei uns nicht zu trennen«, sagt Santiago. »Mein Vater ist auch mein Vater, wenn ich Probleme habe und Sachen besprechen will. Beim Abendessen reden wir über neue Geschäftsideen, aber auch über die Musikschule meines jüngeren Bruders.«

Stellt man Thomas Sabo dieselbe Frage, dann lacht er nur: »Da hat mein Sohn großes Glück. Er ist zwei Meter groß. Ich habe immer das Gefühl, dass ich in seinem Schatten bin.«

Nach der Besprechung bringt Thomas Sabo seine Ledertasche mit Nieten-Totenkopf zu seinem Fahrer ins Auto. Nur wenige Gassen weiter befindet sich sein Stammmitaliener Il Melograno, ein Restaurant in Familienbesitz seit sechs Generationen. Sabo zieht die Tür so schwungvoll auf, dass die gläsernen Granatapfelskulpturen am Eingang gefährlich klirren. Der Chef grüßt vertraut. Thomas Sabo bestellt Fernet-Branca mit Eis, Santiago eine Cola. Ein Musiker spielt Violine, erst am Tisch nimmt Thomas Sabo seine Mütze ab.

Jetzt ist Gelegenheit, mit Sabo noch einmal die ganz großen Fragen zu besprechen: Braucht er eine neue Marke, um in Mode zu bleiben? Oder dient sie dazu, den Sohn und die Ehefrau ans Unternehmen zu binden?

»Das Piercing-Konzept ist eine starke Trendgeschichte, die man gut oder schlecht machen kann«, sagt Thomas Sabo und bestellt einen zweiten Fernet-Branca mit Eis. »Wir werden sie sehr gut machen.« Neben dem Geschäft in Wien hat Sabo in den vergangenen Wochen Läden in Hamburg und Frankfurt eröffnet, weitere in Berlin, Stuttgart und Düsseldorf sollen folgen.

Früher waren Piercings und Tattoos Subkultur, heute sind sie durch Sportler und Popstars längst im Mainstream angekommen. Dass sich aus der Kultur der Straße Profit schlagen lässt, haben auch andere Luxusmarken längst erkannt: Dior verkauft Turnschuhe mit Totenköpfen, Versace Skateboards.

Und auch davon könnte Thomas Sabo profitieren: Irgendwann kommt in der Mode alles wieder. In den vergangenen Monaten feierte schon Ed Hardy ein Comeback, ein Label mit ähnlicher Ästhetik wie Thomas Sabo. Die Shirts mit Strasssteinen, Totenköpfen und Tattoomotiven, die ihre Hochzeit in den Nullerjahren erlebten, sind für die Generation Z wieder tragbar geworden.

Thomas Sabo ist müde. Es war ein anstrengender Tag. Er wird früher nach Hause gehen als sein Sohn, der sich noch mit der Belegschaft in einer Spelunke um die Ecke trifft. Santiago trinkt Cola, die anderen einen Absacker. Sie wirken vertraut, fast wie auf einer Klassenfahrt. Zumindest diesen Abend überlässt der Senior der nächsten Generation.

www.zeit.de/vorgelesen



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Fotos: Jewgeni Roppel für DIE ZEIT

Thomas Sabo und sein Sohn Santiago haben sich gemeinsam tätowieren lassen und arbeiten neuerdings auch geschäftlich zusammen

L'happy hour si rimette in forma

LINK: <https://www.linkiesta.it/2022/06/cosa-e-aperi-fit/>



Chiara Di Paola Cocktail a basso contenuto di alcol e finger food pensati per chi pratica sport o segue un regime alimentare specifico. La nuova moda si chiama aperi-fit Potrebbe essere la versione aggiornata, adulta e "modaiola" della classica punizione che ha accompagnato l'educazione di bambini e adolescenti fino a qualche generazione fa. Reminiscenze a parte, oggi questo monito riassume piuttosto la privazione che si autoimpongono sportivi, fitness addicted o, semplicemente, coloro che sono più attenti alla linea e all'alimentazione equilibrata, costretti a rinunciare a quello che, fino a non molto tempo fa, è stato univocamente considerato un pasto tutt'altro che salutare, tradizionalmente a base di alcolici (anche "super") e stuzzichini con tutte le prerogative per rientrare a pieno titolo nella categoria junk food. Un rituale antico... L'aperitivo come oggi lo conosciamo (bandito

il termine "apericena" che pure lo descrive benissimo!) non ha nulla a che vedere con il rito secolare in uso già presso gli Antichi Greci e Romani, che consumavano un composto di vino e miele come "pre-pasto medicamentoso" per stimolare l'appetito, né con l'appuntamento serale in voga dal 1786, quando Antonio Benedetto Carpano inventò il **Vermouth**, il primo cocktail a base di vino bianco, assenzio, erbe e spezie, e iniziò a servirlo accompagnato da olive e salatini. E neppure ha mantenuto il format originario dell'happy hour del mondo anglosassone, dove l'"ora felice" fu inventata intorno alla metà del XX secolo come strategia di marketing adottata da alcuni bar per invogliare gli operai a fermarsi a bere a prezzo scontato al termine dell'orario di lavoro per una sola ora (dalle 17 alle 18 o dalle 18 alle 19). ... ma sempre attuale Nel tempo l'aperitivo si è trasformato in un'occasione di

convivialità flessibile e informale, molto amata soprattutto dai giovani. È un must della bella stagione, quando le giornate più lunghe e il clima serale più mite invogliano a uscire e trascorrere qualche ora all'aperto in compagnia, mangiando e bevendo qualcosa con gli amici, ma senza l'ingessatura di una cena al ristorante. Sempre più locali hanno adeguato la loro offerta a questo trend di consumo, offrendo in determinate fasce orarie (di solito tra le 18 e le 21) una sorta di "menù a prezzo fisso" in cui, in sostanza, il pagamento della bevanda (cocktail, boccale di birra o calice di vino) dà diritto d'accesso anche al cibo. Democratico, ma non per tutti Grazie alla progressiva dilatazione oraria, al menù vario e ricco (spesso servito a buffet) e al prezzo contenuto, l'aperitivo si è trasformato in un format di ristorazione idealmente accessibile a chiunque. Con l'eccezione di sportivi e salutisti, di chi è a dieta o

adotta un particolare stile alimentare (vegetariano o vegano), per i quali l'happy hour spesso non ha nulla di "happy", ma resta un territorio off limits. E anche se i ristoratori mostrano una crescente consapevolezza e sensibilità nei confronti di queste categorie (sempre più numerose) di clienti, nella maggior parte dei casi il tentativo di andare incontro alle loro esigenze si traduce tutt'al più nel proporre qualche ortaggio crudo in pinzimonio o un vassoio di pallido cous cous con verdure. Il tutto magari accompagnato da cocktail in versione "Virgin", in cui però l'assenza di superalcolici (alimenti notoriamente a "calorie vuote", cioè non nutritive) è compensata dall'uso di un'elevata quantità di sciroppi zuccherati o ingredienti ricchi di grassi (come il cocco), che trasformano ogni singolo bicchiere in un attentato alla salute e alla linea. Verso una mixology più healthy? Si può. Eppure una vera svolta in direzione di un aperitivo più healthy è possibile, e sembra prendere forma proprio a partire dal mondo della mixology. Merito di appassionati, giovani bartender che si impegnano ad assecondare le tendenze (le esigenze e i gusti) dei loro coetanei, spesso

traendo ispirazione da esperienze vissute sulla propria pelle. Nascono così progetti di ricerca applicati al mondo dei cocktail, che portano ingredienti nuovi dietro al bancone ma che strizzano anche l'occhio al mondo del finger food, attraverso lo studio di abbinamenti ad hoc tra bevande e ricette bilanciate capaci di accompagnarle senza mandare alle ortiche i giorni di dieta e di allenamento in palestra. Novità già in vista, da Milano in giù. Un esempio tangibile e già attuale di questa tendenza dell'happy hour di nuova generazione è Aperi-fit. A idearlo è stato Gianluca Franzoso, un giovane e sportivo allievo della Mixology Academy di Milano, che ha inventato un nuovo format di aperitivo dopo aver sperimentato in prima persona la difficoltà di uscire a bere un bicchiere con gli amici senza pagare le conseguenze degli inevitabili "sgarri" (alimentari e alcolici) compiuti in una sola serata. Per questo ha pensato a veri e propri percorsi ad hoc per chi segue un regime alimentare specifico, proponendo serate di "aperitivo a tema" (mediterraneo, paleo, cheto, veg), attraverso l'abbinamento tra cocktail davvero salutari e finger food studiati in modo da apportare tutti i nutrienti

necessari alla salute dello sportivo senza eccessi. Cocktail e finger "fit". I cocktail "Aperi-fit" sono low alcohol (o persino analcolici), a base di distillati analcolici o alcolici bianchi (senza zuccheri né coloranti), infusi e tè (come quello verde Kukicha biologico) estratti e spremute di frutta fresca o bevande fermentate prebiotiche (come il Kombucha). In più sono dolcificati con stevia, eritritolo e altri dolcificanti naturali acalorici, acqua tonica "zero" e abbinati con oli essenziali di fiori, erbe e spezie che incrementano le proprietà benefiche degli ingredienti. Alcuni esempi sono il Beetlejuice (con estratto di barbabietola, acqua di cocco, basilico, lime, vodka), l'Esotico (con estratto di ananas o melone cantalupo, avocado, lime, miele millefiori, angostura, Rum bianco e fiori eduli), il Confettura di Margarita (con distillato analcolico, Tequila, confettura di arancia senza zucchero, lime, albumina, arancia essiccata e guarnizione di semi di sesamo tostati) e il Floreal analcolico (con infuso di lampone e ribes rosso, centrifugato di pompelmo e cetriolo, acqua tonica zero e menta). E per gli abbinamenti non mancano tapas o mini-poke bilanciate sia nelle quantità sia negli ingredienti mixati

in modo diverso a seconda del "tema" dell'aperitivo: dal pane proteico ai cereali integrali, dalle creme di legumi e verdure alle salse etniche in versione light, dalle verdure alle proteine magre (crude o cotte), passando per frutta secca e spezie. Insomma, forse in un futuro non troppo lontano, potremo davvero concederci qualche extra senza sensi di colpa e ritrovare forma e salute nello shaker (e dintorni)....
Condividi:

Top Five, i classici reloaded

Con fantasia e creatività

Com'è che si dice? Old but gold, che corrisponde un po' al nostrano «gallina vecchia fa buon brodo». Ebbene, vale anche per i cocktail più classici ed intramontabili che a Nordest vengono riproposti con piccoli tocchi creativi. Per non annoiare mai.



L'Americano

Matteo Benvenuti miscela la sua variante dell'Americano al bancone del cocktail bar a **Mestre Le Colonne**. Americhelmo è a base di Bitter Uau Gradisca, **Vermouth Carpano Classico** e tonica al Pompelmo Rosa



Il Moscow Mule

My Moscow, al **Bar Buffet Borsa** di **Trieste** lascia il segno con una carica aggiuntiva di aromi e sapori. Vodka, shrub di zenzero, sciroppo di cannella, succo di lime e soda si gustano rigorosamente nella tazza in rame.



Il Rum Old Fashioned

Il *Blended* di **Padova** si cimenta con una versione più rotonda del grande classico che smorza l'intensità alcolica con la morbidezza del liquore al cacao e del rum al burro di arachidi. Per assaggiarlo chiedete del Mato Grosso.



Lo spritz

Invecchiato (bene!) da *Ovosodo*, a **Vicenza**. La sua versione dell'aperitivo per eccellenza nasce dalla maturazione in botte di rovere di Aperol, Rabarbaro Nardini e Mozart Dry Chocolate. Con Prosecco Docg Vigna Rampante.



Il Clover Club

Nasce ad inizio Novecento nel club dell'Hotel Bellevue-Stratford di Philadelphia. E il Clover Club riproposto da *Burici*, a **Treviso**, rispetta la ricetta originale: gin, sciroppo di lampone e succo di limone.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Roma: al Caffè Hungaria spicca il talento del nuovo pastry chef Alessandro Capotosti

LINK: <https://www.lucianopignataro.it/a/roma-al-caffe-hungaria-spicca-il-talento-del-nuovo-pastry-chef-alessandro-capotosti/218298/>

Roma: al Caffè Hungaria spicca il talento del nuovo pastry chef Alessandro Capotosti 25/6/2022 76 Tweet Caffè Hungaria a Roma Piazza Ungheria, 7 www.caffehungaria.it Telefono: 06 4977 9481 Caffè Hungaria- il pastry chef Alessandro Capotosti di Floriana Barone Un banco di pasticceria che strizza l'occhio alle più sofisticate pâtisseries francesi, una produzione di lievitati di alto livello e un'offerta gastronomica accattivante: il Caffè Hungaria è uno storico bar, caffetteria e bistrot ai Parioli. Un locale a cui i romani sono molto legati, diventato famoso per i suoi hamburger "completo" e "completissimo" nell'immediato Dopoguerra: si trova in un quartiere particolarmente affascinante, a piazza Ungheria, tra i palazzi più belli di Roma, di fronte alla Chiesa di San Roberto Bellarmino e a due passi da Villa Ada, Villa Borghese e dal Bioparco. Caffè Hungaria- l'entrata principale Negli ultimi mesi, al Caffè Hungaria spicca il talento di Alessandro Capotosti, il nuovo pastry chef. Caffè Hungaria- la vista dai tavolini esterni

Caffè Hungaria: la storia recente La nuova gestione del Caffè Hungaria ha riaperto il locale nei primi mesi del 2019, dopo alcuni importanti lavori di ristrutturazione: gli imprenditori Antonio e Massimo Cola e il produttore cinematografico Federico Scardamaglia hanno rilevato l'attività con l'obiettivo di rilanciare il caffè. Caffè Hungaria- il palazzo La ristrutturazione è stata curata dallo studio di architettura di Junio Cellini e Paola Niolu, che hanno realizzato un locale moderno ed elegante, con 9 affacci su strada e un interessante tocco retrò. Il restyling ha ripreso i colori e gli elementi caratteristici del primo Caffè, quello degli anni Settanta, mantenendo però uno stile moderno, valorizzato anche dalla pavimentazione di marmo bianco e nero. Caffè Hungaria- il bancone della pasticceria e il laboratorio a vista Il progetto di rilancio ha interessato anche l'offerta degli hamburger, diventata un simbolo di questo locale negli anni Sessanta: il panino "completissimo" era famoso in tutta Roma e, oggi, è tornato di nuovo protagonista. Le materie

prime sono selezionate accuratamente: la carne arriva dalla macelleria Feroci. Caffè Hungaria- il bancone della pasticceria In cucina lavora lo chef beneventano Italo Mattioli, mentre la piccola gastronomia è gestita da Cinzia Bragaglia. La pasticceria è stata ripristinata durante la penultima gestione, con l'arrivo di Gian Luca Fiorino, che ha avviato il laboratorio con un'impronta moderna. Prima di Alessandro, durante la pandemia, ha lasciato il segno anche il pasticciere Federico Prodon.

La carriera del pastry chef Alessandro Capotosti È arrivato questa primavera al Caffè Hungaria, dopo un'importante esperienza lavorativa da Qvinto Restaurant: il pastry chef Alessandro Capotosti ha 35 anni, è nato a Subiaco ed è cresciuto a Roma. Alessandro ha sempre avuto una grande passione per la cucina: un amore iniziato grazie a nonna Rosa, che, la domenica, stendeva la pasta e sfornava dolci fatti in casa nel casale di campagna. Alessandro guardava estasiato la nonna in cucina con gli occhi che arrivavano a

malapena all'altezza del tavolo. Poi, un giorno, è entrato in una pasticceria di quartiere insieme ai genitori ed è rimasto colpito dall'opulenza e dai colori del banco appena allestito. Capotosti ha scelto di fare il pasticciere seguendo l'istinto. Non si è mai concesso un'altra possibilità: ha puntato a questo obiettivo con passione e determinazione. Ha iniziato a casa realizzando i cornetti: la mamma aveva un quaderno con i ritagli di riviste e ha seguito la ricetta per preparare i cornetti sfogliati, ma, mancando le istruzioni per la parte della sfogliatura, li ha realizzati brioche. È sempre stato legatissimo ai lievitati: questi prodotti, infatti, lo riportano alle origini, ai suoi primi passi in questo affascinante settore. A 14 anni Capotosti ha frequentato l'alberghiero e, dopo una gita al The St. Regis Rome con la scuola, ha avuto solo un pensiero fisso: lavorare nel famoso hotel romano di lusso. Il suo sogno era diventare il pasticciere del The St. Regis. Poi ha iniziato a fare gli stage e le stagioni in Italia. Ed è arrivato il lavoro al vecchio hotel Jolly di via Veneto: si occupava delle colazioni e, di pomeriggio, aveva un'occupazione anche da Camponeschi a piazza Farnese. La svolta è

arrivata grazie all'amicizia con uno dei cuochi di Jolly, che gli ha procurato un incontro con l'executive chef del The St. Regis, Francesco Donatelli. Donatelli ha preso in simpatia Capotosti e gli ha fatto iniziare la prova il giorno seguente. Era il 2007 e Alessandro aveva solo 19 anni. Dopo un primo periodo di affiancamento al primo pasticciere, Capotosti è diventato il pasticciere del ristorante. Il suo primo dessert è stata una mousse al caffè, servita in una tazzina di vetro, con cannoli siciliani a sigaro ripieni di ricotta mantecata e crema di pistacchio, accompagnati da un cucchiaino al cioccolato, un semifreddo di marroni, riduzione di **Caffè Borghetti** e meringhe. Alessandro è rimasto nell'hotel dei suoi sogni fino al 2011, imparando come si lavora in una pasticceria di classe, l'eleganza, l'importanza delle materie prime di qualità e della **f o r m a z i o n e**. Successivamente, è approdato da Necci al Pigneto con chef inglese Ben Hirst e ha lavorato lì per due anni e mezzo, anche per l'apertura della pasticceria di fronte al locale, ottenendo un grande successo, soprattutto per i suoi cornetti. Poi è arrivata la proposta di Dolce nel Quartiere Africano, dove è rimasto per 8 anni. Un

periodo importante per la sua crescita, in cui ha sperimentato, affermandosi nella Capitale in particolare con un dolce: la cheesecake. A novembre 2019, Capotosti ha iniziato la sua avventura da Qvinto, che si è conclusa pochi mesi fa. Lì il pasticciere di Subiaco ha avuto carta bianca, riuscendo a esprimere il suo estro, la sua originalità, quadruplicando la vendita dei dolci al tavolo. La pasticceria del Caffè Hungaria Al Caffè Hungaria la pasticceria è grande protagonista: l'offerta è di altissima qualità, caratterizzata da un tocco moderno, che conserva, però, al contempo, il fascino della tradizione. Nel laboratorio di Capotosti lavora una squadra di giovani, tutti molto talentuosi. Con Gian Luca Forino, grande appassionato ed esperto di cioccolato, è stata acquistata una temperatrice ed è stata predisposta una stanza climatizzata per la produzione artigianale di pralineria. Oggi Alessandro può contare sull'utilizzo di macchinari all'avanguardia, come le quattro planetarie nel laboratorio e un abbattitore digitale di ultima generazione. Il pomeriggio al caffè arriva anche il lievitaista Ardian, che si occupa solo del lievito madre. Le materie prime,

neanche a dirlo, sono tutte di spicco: burro e panna sono francesi di Elle & Vire, il cioccolato è firmato Miscel Cluizer, la farina è quella del Molino Dallagiovanna e la frutta arriva fresca ogni giorno. La pasticceria di Capotosti segue uno stile moderno ed elegante, con forti richiami alla tradizione. Il suo maritozzo è il classico romano: la brioche è leggermente più asciutta per accogliere perfettamente la panna. Caffè Hungaria- il maritozzo con la panna Il prodotto è ottimo, farcito a dovere, presentato con il tocco scenografico della panna. Superlativa la veneziana: l'impasto brioche viene impreziosito da un craquelin al cioccolato, che richiede un'ottima manualità. Caffè Hungaria- Veneziana al cioccolato e caffè Caffè Hungaria- l'interno della Veneziana Il pastry chef realizza un cornetto italiano leggero, con lavorazione alla francese per renderlo più sfogliato. Caffè Hungaria- il cornetto di Capotosti questo prodotto può essere farcito con diversi gusti: alla crema, al lampone, ricotta e cioccolato, pasta di mandorle, al pistacchio, mele e composta di albicocche. Caffè Hungaria- Danese ricotta e visciole con gocce di cioccolato Imperdibile anche il suo

pain au chocolate. Da assaggiare assolutamente il suo danese, proposto in quattro diverse varianti: al pistacchio, alle mandorle, con ricotta e visciole (gocce di cioccolato, marmellata di visciole, ricotta di pecora) e il classico all'uvetta. Caffè Hungaria- i macarons I macarons del Caffè Hungaria sono di grande tendenza: vengono scelti anche come box regalo, acquistati da asporto o ordinati come dolcetto a fine pasto. In laboratorio si realizzano circa 1200 pezzi a settimana. La ricetta è quella di Pier Ermè, rubata con gli occhi da Alessandro. I macarons rosa di Capotosti sono uno degli elementi del "Pink Hour": un'iniziativa che ha inventato qualche settimana fa per omaggiare le donne del quartiere. Caffè Hungaria- le fragole glassate per il Pink Hour Una sorta di merenda dolce, organizzata il mercoledì pomeriggio, con fragole glassate al cioccolato fondente e gruè, e un altro tipo rigato con cioccolato bianco, a cui vengono aggiunti i bon bon (fondente e lampone, cocco e caramello e pistacchio e pralinato di pistacchio) e un bicchiere di champagne rosè. Caffè Hungaria- i bon bon Alessandro ha ribaltato il banco della pasticceria: una delle sue monoporzioni preferite è "Passione Fondente", composta da un

fondo con fiocchi di sale e crumble croccante, un cuore di composta di lampone, una mousse al cioccolato fondente e una glassa croccante al cioccolato fondente, con bon bon al cioccolato fondente e lampone e lampone fresco. Da provare assolutamente anche "Annabelle": biscotto croccante sul fondo, cuore di fragola, biscuit al limone e mousse al cioccolato bianco. Caffè Hungaria- Annabelle Sul menu al tavolo, infine, Capotosti ha inserito tre dolci: il millefoglie, il Babà della tradizione partenopea, con crema chantilly al limone amalfitano e fragoline di bosco) e il semifreddo al cocco. Caffè Hungaria- un angolo del caffè Con questa nuova esperienza personale, Alessandro Capotosti si è messo in gioco, dimostrando doti tecniche e talento. Il Caffè Hungaria si conferma, quindi, uno dei migliori locali romani per fare colazione e per gli appassionati di pasticceria. Caffè Hungaria a Roma Piazza Ungheria, 7 www.caffehungaria.it Telefono: 06 4977 9481 Facebook Aperto tutti i giorni dalle 07:00 alle 00:00

Dove gustare cocktail a base di **Fernet-Branca**: i migliori cocktail bar di Milano.

LINK: <https://www.gazzettadimilano.it/food/dove-gustare-cocktail-a-base-di-fernet-branca-i-migliori-cocktail-bar-di-milano/>

Dove gustare cocktail a base di **Fernet-Branca**: i migliori cocktail bar di Milano. By redazione - 24 Giugno 2022 Che Milano sia da tempo la capitale della movida notturna e dei locali esclusivi non è certo una novità. Se la qualità, tuttavia, è sempre stata ricercata, va detto che negli ultimi anni la curiosità crescente verso il mondo della Mixology ha trovato qui più che altrove terreno fertile. E la risposta dei ristoratori non è mancata. Dai banconi dei cocktail bar, e con sempre maggiore estro e curiosità, l'offerta è infatti andata affinandosi per accogliere le richieste del grande pubblico, o perfino anticiparle. È quanto hanno fatto e continua a fare, ad esempio, la **Fratelli Branca Distillerie** che, vantando la produzione di uno tra i distillati più amati e versatili mai prodotti proprio nella capitale lombarda, sfrutta a pieno il carattere forte del **Fernet-Branca** per produrre long drinks e cocktails che fondono la sperimentazione alla tradizione in una continua ricerca di gusto e innovazione. Ma quali sono i locali milanesi in cui è possibile degustare Cocktail **Fernet-Branca**? Partiamo da

quelli scelti nel 2019 proprio dalla **Fernet-Branca** per la realizzazione delle latte natalizie. In occasione del suo 175° anniversario la nota distilleria ha infatti collaborato con quattro Cocktail Bar di Milano, città nella quale è nata, per raccontare quattro ricette speciali realizzate dai quattro locali milanesi con il suo prodotto di punta, nonché l'amaro più amato al mondo. I quattro locali sono: **Ceresio 7 Pools&Restaurant** È un esclusivo ristorante panoramico con terrazza e piscine in zona Porta Garibaldi che ha sede sul tetto dello storico palazzo dell'Enel, un imponente edificio degli anni '30 oggi di proprietà del gruppo di moda Dsquared2. Un ambiente moderno e di tendenza, suddiviso in tante zone "separé", con arredi di design che gli sono giustamente valsi la nomina di uno dei ritrovi più alla moda di Milano. In questo ambiente cool è possibile degustare il cocktail 175 Boulevard **Branca**. Lacerba Milano A pochi passi dai Navigli e dal Castello Sforzesco si trova invece Lacerba, un locale dall'anima contraddittoria che raccoglie opinioni

contrastanti, ma tutte inequivocabilmente positive. Il posto giusto per gustare il miglior aperitivo di Milano, a detta di molti, è vedere le lancette dell'orologio fermarsi. Le **distillerie Branca** suggeriscono Lacerba per il Digestivo del Lavoro, un cocktail fresco e dal sapore vivace da gustare in compagnia. Mag Cafè È invece di Mag Cafè la paternità di You can't imagine this flavor: **Fernet-Branca**, succo di lime fresco e sciroppo d'orzata, ingredienti che presi singolarmente hanno un gusto, ma uniti tra loro danno vita ad un sapore che è davvero inimmaginabile. È possibile gustarlo nel cuore di Milano in questo locale in perfetto stylè Bohémien che da sempre si prodiga per stupire e appagare con creazioni sempre nuove e ricercate. Milano The Stage Octavius Si trova infine a due passi da Porta Garibaldi l'Octavius Bar, un luogo seducente e intimo, per clienti che cercano un viaggio alla scoperta dei sapori di cocktail d'altri tempi. Un ambiente dedicato all'arte e all'eccellenza della mixologia in cui è possibile

gustare il **Branca** Home punch un cocktail sorprendente che unisce al sapore inimitabile di **Fernet-Branca**, limone fresco, sciroppo di zucchero e menta. Questi locali, e i cocktail che hanno realizzato, ci offrono solo un esempio dei molteplici esistenti. Perché la verità è che quando una città pulsa, come quella di Milano, e il prodotto si presta, come **Fernet-Branca**, non si può non dar vita a qualcosa di unico e irripetibile.



da non perdere

Un Americano nell'orto, alle Serre dei Giardini Margherita

Il Vetro Bistrot è all'interno delle Serre dei Giardini Margherita, piccolo grande polmone verde di Bologna. Entrando in Vetro è come entrare in un vivaio, avvolti dalla luce del sole e dalle piante. La scelta non poteva non essere all'insegna della natura e dei prodotti a chilometro zero (molti coltivati anche negli spazi adiacenti, adibiti a orto), quindi l'aperitivo è all'insegna dei colori e dei sapori estivi dei

prodotti vegan e di stagione. E potete bere sia i grandi classici sia la «SerAle», la Ipa delle Serre, in stile americano nata e voluta da Kilo-watt per le Serre d'Estate. E tante particolarità, come ad esempio l'Americano nell'orto, con **Vermouth** Carpano e Bitter Campari, in infusione con erbe dell'orto e agrumi e soda.

VETRO VIA CASTIGLIONE 134, BOLOGNA ☎
5219104.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



COVERSTORY

Chandon Garden Spritz avventura e **innovazione**

Barbara Amati

Arriva in Italia il raffinato aperitivo Ready to serve by Chandon, all'insegna dell'audacia e della sperimentazione. Un prodotto naturale e intrigante, realizzato artigianalmente dall'azienda argentina utilizzando uve e arance locali abbinate a botaniche inconsuete

Una cuvée di Spumante Brut Chandon a cui viene aggiunto un liquore all'arancia: è il risultato di quattro anni di sperimentazione che ha condotto a un drink naturale, innovativo e intrigante, senza aromi aggiunti, né coloranti artificiali, che ha conquistato innanzitutto il mercato argentino

Con Chandon Garden Spritz la Maison argentina Chandon, del Gruppo Lvmh, debutta nel mercato italiano. Un prodotto che rientra nella categoria Ready to serve, poiché nella bottiglia c'è un drink già pronto da gustare: la base è una cuvée di Spumante Brut Chandon a cui viene aggiunto un liquore all'arancia. Sembra semplice ma non lo è. Chandon Garden Spritz è, infatti, frutto di uno studio di oltre quattro anni, inizialmente sviluppato per il mercato argentino e poi, visto il successo, esportato anche in altri Paesi.

Sibylle Scherer, presidente di Chandon, è giunta appositamente in Italia per il lancio avvenuto nel lussureggiante giardino dell'hotel *Milano Verticale*, in zona Porta Nuova, un'oasi verde allestita con un bar per servire Chandon Garden Spritz in ampi balloon, golose postazioni di street food, cassette di arance e tanti fiori dalle sfumature ovviamente arancioni. Innanzitutto, la

presidente ha tenuto a spiegare cos'è Chandon, Maison produttrice di vini spumanti fondata in Argentina nel 1959 da Robert-Jean de Vogüé, allora presidente di Moët & Chandon, che produce Champagne. Oggi Chandon ha aziende vitivinicole in quattro continenti, in Argentina, California (Napa Valley), Brasile, Australia e -ultime nate- Cina e India, ed è apprezzata per l'approccio pionieristico che l'ha portata a produrre vini spumanti dal carattere unico in terroir inaspettati. "Siamo i leader dello spumante nel mondo e la nostra è una storia di avventura e innovazione: Robert-Jean de Vogüé non si è limitato a produrre e vendere bottiglie di spumante in tutto il mondo, ma ha voluto esportare il suo know how -racconta la presidente Scherer, felicemente stupita per il coreografico allestimento in un giardino tanto bello quanto inaspettato- De Vogüé era un uomo avventuroso e innovativo e cercava luoghi vocati alla produzione di vini spumanti dove fondava la cantina integrandosi nella comunità locale. Innanzitutto in Argentina, a Mendoza, dove ha acquistato terre e piantato vigne, e poi in Brasile e in Napa Valley, dove è arrivato nel 1973, tra i primi a costituire un'azienda vitivinicola in quella che poi si è rivelata una terra preziosa per la vite. Poi nel 1986 è andato in Australia, nella Jara Valley, a un'ora da Melbourne, un luogo ancora poco conosciuto, ma molto vocato alla viticoltura. Nel 2013 siamo arrivati in Cina e nel 2014 in India. Legata al territorio e fedele alle proprie origini, Chandon si impegna nella protezione dei suoi terreni e delle sue colture, rispettando gli standard di sostenibilità. Ciò include la scelta di raccogliere uva e arance a mano e la collaborazione con partner che praticano l'agricoltura sostenibile. Oggi siamo una comunità multiculturale che riunisce 700 persone con 16 Chef de cave di 7 nazionalità diverse che lavorano insieme, condividono know-how, competenze e idee".

Rientra in questa visione innovativa l'idea di sfidarsi con un aperitivo per il mercato argen-





Per far conoscere Chandon Garden Spritz anche in Italia, è giunta a Milano la presidente di Chandon, Sibylle Scherer, qui insieme a Francesca Terragni, Direttore Marketing e Comunicazione di Moët Hennessy Italia, a destra, e a Silvia Rossetto, Senior Brand Manager Chandon di Moët Hennessy Italia

tino. Chandon Garden Spritz nasce dalla ben nota passione argentina per gli aromi amari e decisi, come lo yerba maté e il Fernet. Dietro questa idea e questa creazione c'è Ana Paula Bartolucci, Chef de cave di grande talento. "I nostri enologi hanno studiato le arance come se fossero uva, in modo da creare la migliore Spritz experience possibile -spiega la Bartolucci- Abbiamo dedicato quattro anni a studiare la combinazione di arance e spezie per sviluppare

il liquore all'arancia amara. Per mesi abbiamo lavorato su varie composizioni, ma nessuna ci ha soddisfatto appieno. Volevo quel sufficiente livello di amaro che invitasse ad assaggiarlo di nuovo, come l'effetto che fa la tonica. Abbiamo fatto molti assaggi alla cieca e alla fine il numero 64 è risultato quello giusto".

"La Bartolucci voleva qualcosa di naturale, senza aromi artificiali e coloranti aggiunti -aggiunge Sibylle Scherer- Una volta ci ha raccontato di sua

COVERSTORY

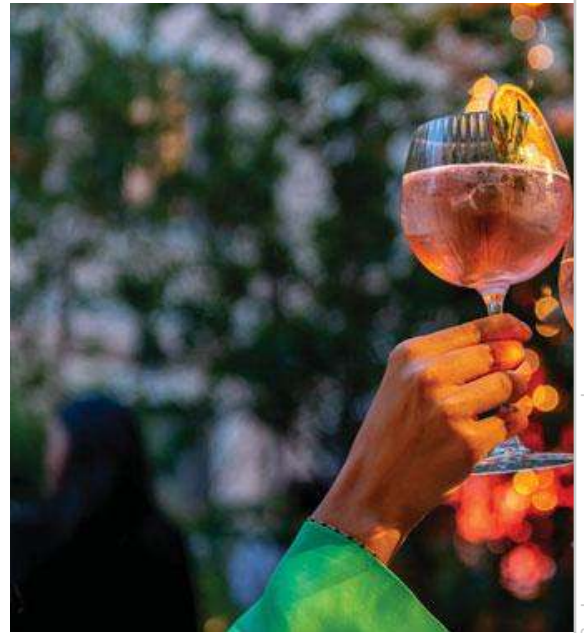


L'evento di lancio di Chandon Garden Spritz è avvenuto nel lussureggiante giardino del nuovo hotel Milano Verticale in zona Porta Nuova allestito in tema. Questo drink Ready to serve si gusta in un ampio balloon con l'aggiunta di cubetti di ghiaccio, una fettina di arancia disidratata e un rametto di rosmarino: è fresco, ben equilibrato, con una bella acidità che bilancia note amare e dolcezza. Perfetto d'estate, ma anche tutto l'anno



nonna che preparava il limoncello, quindi si è chiesta perché non creare qualcosa che si potesse miscelare con il vino spumante che produciamo in Argentina con il metodo lungo Charmat: il vino base è il Chandon Brut che nel 2020 è stato nominato Miglior vino spumante argentino al concorso Champagne & Sparkling Wine World Championships. È partita dal brut, che matura almeno 6 mesi prima dell'assemblaggio con l'amaro e ha creato questo prodotto artigianale".

La Cuvée è realizzata con uve chardonnay, pinot noir e sémillon coltivate ad un'altitudine di circa mille metri nella tenuta di Mendoza. Qui, il terroir e il clima favoriscono naturalmente la freschezza, la maturità e l'acidità necessarie. Ogni varietà viene vinificata separatamente con metodo Charmat lungo a fermentazione lenta, che consente di preservare le caratteristiche di ogni uvaggio. Allo spumante viene aggiunto un amaro all'arancia, aromatico e rinfrescante, realizzato a mano secondo un'antica ricetta artigianale che prevede un mix di arance, erbe e spezie. Le arance utilizzate sono quelle locali di Valencia, coltivate secondo i principi dell'agricoltura biologica in una fattoria a gestione familiare di Entre Rios, nel nord-est dell'Argentina, che porta avanti questo tipo di coltura da tre generazioni. "Questo aspetto è fondamentale per noi, perché utilizziamo solamente le bucce -puntualizza Scherer- Abbiamo poi identificato il momento migliore per effettuare la raccolta in modo da ottenere esattamente gli aromi desiderati. Nel 2020 abbiamo comprato 25 tonnellate di arance, il cui succo viene donato alle scuole del territorio e alle mense per i più bisognosi. Le arance, che devono essere perfettamente mature, sono sbucciate a mano e occorrono tre mesi e mezzo



per lavorarne tre tonnellate. Le scorze così ottenute vengono preparate in maniera differente, fresche o essiccate, per donare al prodotto finito un aroma di caramello, cioccolato o frutta candita e messe a macerare in una miscela di alcol d'uva, erbe e spezie, selezionate nei migliori terroir del mondo, che precedentemente sono state lasciate a macerare singolarmente: camomilla, pepe nero, cardamomo e quassia, un'erba argentina; infine, l'amaro all'arancia, in piccola percentuale, è aggiunto allo spumante".

Il risultato è un drink fresco, ben equilibrato, con una bella acidità che bilancia note amare e dolcezza: è easy to drink perfetto d'estate, ma anche tutto l'anno. Basta stappare la bottiglia e versare la bevanda in un calice ampio: la Maison suggerisce di gustarlo on the rocks con l'aggiunta di una fettina di arancia essiccata e un rametto di rosmarino che dà freschezza. "Semplice, ma intrigante, realizzato con la metà dello zucchero rispetto a qualsiasi altro drink da aperitivo -dice la presidente- Finora è stato accolto in maniera straordinaria: alle persone piace molto il suo gusto naturale. Il nostro obiettivo è offrire un prodotto premium per questa tipologia di drink per la quale vogliamo essere degli innovatori. E lo siamo anche nella bottiglia che pesa solo 750 grammi, il che la rende una delle più ecologiche con il 25% di peso in meno rispetto alla media degli altri vini spumanti. Per il resto continuiamo a fare quello che sappiamo fare bene, innovare producendo vini e spumanti eccezionali tenendo a mente la sostenibilità e curandoci delle nostre terre e delle persone che lavorano per noi".

Il prodotto è interessante anche per i consumatori più giovani che cercano drink di qualità, senza aromi aggiunti, né coloranti artificiali.

40

Food&Beverage | giugno-luglio 2022

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



Inoltre, la bottiglia ha un packaging giovane, fresco e sofisticato allo stesso tempo, con il logo Chandon in verticale, ben visibile, e i colori delle arance.

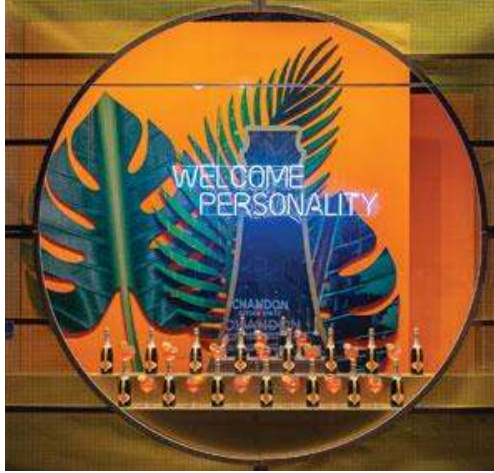
Chandon Garden Spritz, dopo avere conquistato il mercato argentino, è stato lanciato lo scorso anno in Francia, Germania, Paesi Nordici, Austria, Svizzera, Stati Uniti, Repubblica Ceca, Polonia e Bulgaria. Quest'anno è promosso in Italia, Gran Bretagna, Australia, Giappone, Hong Kong e Sud-Est asiatico. "Abbiamo iniziato dalla Francia, in quanto è un Paese a cui siamo molto legati sia a livello di Gruppo, sia di Maison, a cui si sono aggiunti quei Paesi in cui va molto l'aperitivo. Finora, nei Paesi in cui abbiamo lanciato il prodotto, il consumo fuori casa e a casa è abbastanza bilanciato, al 50%, e penso che anche in Italia potrebbe registrare la stessa proporzione", aggiunge la presidente.



Ad accompagnare l'assaggio di Chandon Garden Spritz le creazioni dello chef del Ristorante Anima e di Osteria Vertigo di Milano Verticale, Michele Cobuzzi, del team di Enrico Bartolini a cui è affidata la ristorazione dell'albergo. Tra le sfiosità proposte, Spuma di fave secche, cicorietta selvatica e peperone crudo, Focaccia pugliese con i pomodorini, Carciofo alla brace, aglio nero e yuzu, Panino con il polpo, limone del Gargano e erbe amare, Polenta croccante con pecorino e agretti, Patata soffice, prezzemolo e bottarga. Ma nel giardino c'era anche un Ape car che offriva deliziosi suppli



COVERSTORY



Per tutto il mese di maggio Chandon Garden Spritz è stato un protagonista di successo anche alla Rinascente di Milano con l'allestimento delle vetrine, della food hall dell'ultimo piano e della terrazza affacciata sul Duomo. Indirizzato a consumatori che cercano un prodotto di qualità elevata, questo drink è disponibile in bar, lounge e ristoranti selezionati, ma anche online. Ha un packaging accattivante con il logo Chandon in verticale e i colori delle arance; inoltre, la bottiglia pesa solo 750 grammi

modo facile e semplice come lo è il prodotto Ready to serve e Ready to chill: con pochi passaggi è pronto per essere servito. Ghiaccio, una fetta di arancia disidratata, un rametto di rosmarino: non è necessario essere esperti di mixology, perché la Maison dopo anni di prove ha ottenuto il prodotto perfetto e naturale. A Milano in maggio abbiamo 'vestito' otto vetrine della Rinascente, poi abbiamo inaugurato all'interno un temporary pop up nella food hall e nella terrazza affacciata sul Duomo".

Per il lancio di questo prodotto è stato scelto il magnifico giardino del nuovo hotel *Milano Verticale*, una struttura dinamica in una posizione strategica in una delle zone più all'avanguardia della città, la cui ristorazione è affidata a Enrico Bartolini che ha voluto a capo del team lo chef Michele Cobuzzi, un giovane pugliese con alle spalle importanti esperienze in ristoranti stellati (dal *Ristorante Bracali*, alla *Contrada* di Gordon Ramsay, a *Il luogo di Aimè e Nadia*, all'*Enoteca Pinchiorri*). La sua è una cucina di sapori forti -quelli delle sue origini- cesellati da una tecnica millimetrica che mette in scena al *Vertigo Osteria* e al *Ristorante Anima*. Così, ad accompagnare l'assaggio di Chandon Garden Spritz, sono state le creazioni di Cobuzzi che ha proposto Spuma di fave secche, cicoretta selvatica e peperone crusco, Focaccia pugliese con i pomodorini, Carciofo alla brace, aglio nero e yuzu, Panino con il polpo, limone del Gargano e erbe amare; Polenta croccante con pecorino e agretti; Patata soffice, prezzemolo e bottarga. Ma nel giardino c'era anche un Ape car che offriva deliziosi suppli.

"Per l'allestimento abbiamo utilizzato 40 chili di arance che poi sono state donate alla onlus Caf

-continua Silvia Rossetto- Il prodotto è naturale, le arance sono essiccate per dare complessità e donare aromi fruttati e citrici al prodotto. Anche il colore rispetto a un classico Spritz è più tenue e dedicato. Chandon Garden Spritz è a bassa gradazione alcolica, solo 11,5, è molto piacevole e beverino. Vogliamo proporci come un'alternativa ai drink classici nel momento dell'aperitivo".

Aggiunge Francesca Terragni, Direttore Marketing e Comunicazione di Moët Hennessy Italia: "Credo in un obiettivo di lungo termine: dobbiamo trovare un nostro spazio nella cultura italiana dello Spritz e per questo ci vorrà tempo, ma il prodotto è molto interessante e piace davvero tanto. Insistiamo molto sul servizio perfetto e sulla bottiglia c'è un collarino che spiega ai consumatori che l'acquistano come servirlo per esaltarlo al meglio". Chandon Garden Spritz è distribuito in bar e ristoranti selezionati (a un prezzo di 35-45 euro a bottiglia) e in alcuni negozi (19,50 euro la bottiglia da 75 centilitri) delle principali città italiane e nelle località di vacanza. Al canale fisico si aggiunge l'online per un consumo a casa, grazie alle piattaforme Callmewine, Cosaporto, Vino.com, Rinascente, Winelivery e Tannico: quest'ultimo è stato protagonista della joint venture realizzata lo scorso anno da Moët Hennessy.

A giudicare dai numeri che Chandon Garden Spritz sta registrando è indubbio che sia un prodotto che piace e l'entusiasmo della presidente all'evento di presentazione è contagioso e rende bene l'idea di quanto l'azienda argentina sia visionaria e innovatrice: "Crediamo che ci sia più pericolo nel non correre rischi che nel correrli -è il motto di Chandon- Questa audacia è ciò che contraddistingue un pioniere".

R&B



Spicy a Catania, il giro del mondo in un paio di drink

LINK: <https://www.lucianopignataro.it/a/spicy-a-catania-il-giro-del-mondo-in-un-paio-di-drink/218040/>

Spicy a Catania, il giro del mondo in un paio di drink 20/6/2022 59 Tweet
Amedeo Ferlito di Francesco Raguni In via Monfalcone 2L, traversa di una delle vie più blasonate di Catania, quale il corso Italia, si trova Spicy. Si tratta di un cocktail bar dal concept particolare, fresco e anche intraprendente. Ma cosa cela realmente? Il suo menù è un viaggio intorno al mondo: ogni luogo è associato ad un drink diverso, che ne rispecchia i sapori e gli odori più caratteristici; inoltre, ad ogni cocktail è associato un indicatore di sapore che contempla bitter, sour, sweet, dry e spicy, così da consentire al cliente di potersi orientare. Una visione del mondo a 360 gradi che va oltre l'Europa e sbarca tanto in Sud America quanto in Oriente. Si pensi, ad esempio, al cocktail Ikigai, ispirato al Giappone. Giappone Roku gin, cordial composto da lime, timo, shiso e lemon grass e - a completare - il sake umeshu (si tratta di un sake nato dall'infuso dell'ume, una prugna tipica del luogo, nel sake Ginjo). Il colore rosa è dato dall'infusione con i fiori di ciliegio. Leggermente agrumato all'olfatto, in bocca si

presenta molto fresco. Ma il viaggio non finisce qui. Il Sud America, ad esempio, è contemplato in più tappe: Amazzonia, Argentina e Brasile. AmazzoniaArgentinaBrasile Il cocktail ispirato al grande polmone della terra si chiama Yanomami: tanto dolce quanto piccantino, viene servito su una piattaforma di legno che, bruciata col cannello, porta al naso un'affumicatura capace di ricordare la foresta. Tango (ispirato all'Argentina) invece ha un sapore fresco e deciso, "niente mezze misure" come riporta uno dei titoli più famosi di Breaking Bad. Il cocktail vuole richiamare il Fernandito, drink molto consumato a Buenos Aires a base di Fernet e Coca Cola. In questo caso, però, la cola viene riproposta come uno schiuma e l'aroma del Fernet è bilanciato da un liquore che prende il nome di Maradona. Rio, concepito pensando al Brasile, è particolarmente dolce. All'occhio ricorda quasi il mate, anche la cannuccia con cui si beve riporta alla mente la bevanda tipica di quelle zone. Alla bocca porta i sapori della papaya e dell'ananas. Basta un sorso per sentirsi in vacanza. Spicy Spicy

comunque non dimentica la sua terra e offre in carta ben due cocktail dedicati all'Italia. Uno di questi è Novecento. Campari infuso alla barbabietola e frutti rossi, Gin Odina e Vermuth 1757 alle fave di cacao sono gli ingredienti cardine di questo "negroni rivisitato". Il drink viene inoltre servito con delle gocce di aceto balsamico che ne esaltano le note erbacee e terrose. Il cocktail più particolare, forse, è rappresentato da Turchia. Basta un sorso per essere catapultati in terra anatolica. Turchia La base è creata da un cognac alle prugne e un liquore piccante con cumino e pepe rosa. Eppure, il suo sapore va oltre. Spezie Non solo le spezie, ma anche note di aglio arriveranno al palato. Il drink, peraltro, viene servito in una coppa argentata fredda e il ghiaccio al suo interno ha una forma sferica. Si tratta di un prodotto di mixology totalmente assorbente. E ancora Francia, Thailandia, Messico e così via (ogni drink ha un prezzo di 10EUR). Mexico Catturati da questo concept, abbiamo quindi fatto una chiacchierata con uno dei due ragazzi che gestiscono il locale, Amedeo Ferlito. "Ogni elemento è curato nel

dettaglio" ci racconta: ad esempio, dietro il bancone "non vi è alcuna pedana". Il barman è allo stesso livello di cliente. Spicy Dietro il bancone, si trova una bacheca con diverse bottiglie (gin, whisky, rum e così via). Un gin molto particolare è sicuramente "U mauru": distillato con l'omonima alga, ha un sapore marino, sapido e salmastro. Sapore di mare nel vero senso della parola. Interessante è anche la storia dietro il logo di Spicy: la maschera richiama quella indossata dai medici durante la peste, "al suo interno vi era un mix di più di 50 spezie che si ritenevano essere dei rimedi naturali contro la diffusione aerea della peste". Gin U Mauru E a proposito di spezie, adiacenti alla maschera, nel logo vi sono il cardamomo, il peperoncino e i fiori di zagara, elementi presenti in quasi tutti i drink della carta. Con questa storia, Amedeo, la cui passione per la mixology nasce con Tom Cruise nel film "Cocktail", ci porta dietro le quinte del bar. E a proposito di dettagli, anche il ghiaccio presenta delle specifiche di cui trattare. Il bar ne tiene due tipologie: uno da lavorazione, dunque da usare durante la preparazione dei drink, e uno da usare al momento di servire la bevanda. L'acqua

da cui viene ricavato è purificata e subisce un processo di "osmosi inversa". Il ghiaccio che poi si scioglie all'interno della macchina viene reimmesso nel ciclo di produzione dello stesso così da non avere uno scarto. Il menù, come già detto sopra, ha come tema principale il viaggio: "con la pandemia da corona virus, abbiamo capito che si può viaggiare anche con la mente, con l'olfatto e con il gusto". Spicy ha anche i suoi bitter e le sue tinture, particolarmente degna di menzione quella all'Averna che viene estratta a freddo e, alla bocca, presenta forti note di caffè e carruba. Tinture Assaggiandola è inevitabile tornare alle caramelle che i nonni catanesi tenevano sempre con loro in tasca. E ancora il bitter al gorgonzola, usato in Les Voyageurs, drink dedicato alla Francia. Un sapore intenso, deciso, che richiama il Negroni sbagliato. "Ovviamente offriamo anche i classici drink, come il Daiquiri" chiarisce infine Amedeo. Instagram: spicy_mixologybar Telefono: 347 98692767 Orari: 18 - 01; sabato e domenica fino alle 02

Grande successo per la serata di degustazione Kimbo Sparkling Coffee

LINK: <https://newsfood.com/grande-successo-per-la-serata-di-degustazione-kimbo-sparkling-coffee/>



Grande successo per la serata di degustazione Kimbo Sparkling Coffee 18 Giugno 2022 Kimbo, azienda leader in Italia e nel mondo nella produzione di caffè di altissima qualità, ha presentato a Milano, il 16 giugno, il suo ultimo straordinario e innovativo lancio: Kimbo Sparkling Coffee, la bevanda frizzante al caffè 100% arabica, assoluta novità di mercato.

Il free bar galleggiante firmato Kimbo è stato un vero e proprio successo e ha rappresentato il trampolino di lancio per la frizzante bevanda Sparkling Coffee. Durante la serata sono salite a bordo più di 1.000 persone e serviti circa 1.200 assaggi della bevanda, degustata sia in versione assoluta sia mixata. L'evento ha permesso a Kimbo di far conoscere il nuovo prodotto anche ad un target più giovane e dinamico, intrattenuto da musica coinvolgente, divertimento e freschezza, in una serata dove l'iconica lattina blu

Capri, espressione del legame che l'azienda partenopea ha con il suo territorio, è stata la protagonista assoluta di questo appuntamento. I passanti, sono stati accolti da hostess Kimbo, e hanno potuto assaggiare lo Sparkling Coffee, oltre che on the rocks con ghiaccio e limone, anche in diverse versioni di cocktail preparate direttamente a bordo da bartender specializzati, tra cui: Un caffè all'Havana, una preparazione capace di riportare la mente direttamente a Cuba, grazie a ingredienti come rum, lime, zucchero e menta, il tutto reso ancora più speciale dalle note avvolgenti di Kimbo Sparkling Coffee; Tu vuò fa l'americano, un omaggio al maestro Carosone, dove la soda è sostituita dallo Sparkling; Mi- Na (Milano-Napoli), una speciale creazione che unisce l'essenza di queste due bellissime città protagoniste della serata, grazie al

Fernet da bere ghiacciato e al caffè che ritroviamo nello Sparkling Coffee e, infine, Plata o Caffè, per un drink dai sapori sud-americani grazie allo spirito d'agave, che si unisce alla perfezione con le note fresche del lime e di quelle decise della nuova bevanda Kimbo. La degustazione è stata accompagnata da Lolla Fedolfi, DJ di fama internazionale, che ha suonato gli ultimi successi pop del panorama mondiale e da alcuni influencer di spicco come Soleil Sorge, personaggio televisivo con un grande seguito anche sui social, e alcune influencer lifestyle come Giulia Lai, Chiara Piscedda, Daniela Roncaletti, Arianna Ventura, Fabiana Russo e Rachele Moscatelli.

L'evento si inserisce nella più ampia campagna di comunicazione Out Of Home dedicata a Kimbo Sparkling Coffee che vedrà per un interno mese la personalizzazione dei battelli in transito sulle vie

fluviali del Naviglio. La scelta del battello non è stata casuale: dalla primavera scorsa è stata attivata per la prima volta la navigazione turistica sostenibile sui Navigli. Un servizio che viene esteso ai comuni lungo tutto il naviglio grande: da Milano ad Abbiategrasso e lungo l'asta verticale del canale fino a Turbigo, nodo delle idrovie collegate alla provincia di Varese. La scelta di Kimbo verso questa tipologia di mezzo pubblicitario è stata quindi dettata anche dalla sempre più sentita vicinanza dell'azienda alla filosofia green. Il battello brandizzato Kimbo tornerà a navigare sul Naviglio fino all'11 luglio e toccherà le fermate di: Alzaia Naviglio Grande, Vicolo Lavandai, Santa Maria delle Grazie sul Naviglio, Palazzo Galloni, Chiesa san Cristoforo, Naviglio Pavese e Darsena di Milano.

Una passione condivisa e formule da riscoprire

Farmacia Storari

■ Tre generazioni e una sola passione: è la storia della famiglia Storari, che nel 1935 ha rilevato la Farmacia Internazionale di Gardone Riviera - già attiva dal 1896 -, diventando un punto di riferimento quando si parla di salute e benessere. A muovere i primi passi è stato Giovan Battista, «un artefice ch'ebbe gloria nel novero dei farmacisti», come

cita la dedica a lui scritta da Gabriele d'Annunzio, seguito poi da suo figlio Cesare. Oggi sono i nipoti Albano e Andrea Storari a occuparsi della Farmacia.

Di padre in figlio. I servizi offerti dalla realtà sono quelli tradizionali, ai quali si aggiunge la realizzazione di preparazioni galeniche. Tra le formule del dottor Storari ce n'è una che è tornata alla luce di recente: quella del **Fernet**, un liquido di color marrone, con un sapore

amaro e un aroma caratteristico, ottenuto dalla macerazione a freddo dell'alcool.

Le erbe officinali in esso contenute - 10, secondo un'antica ricetta tramandata di padre in figlio - conferiscono al prodotto proprietà digestive e amaro-toniche. Il **Fernet** si distingue all'interno della grande famiglia degli amari per il suo alto grado alcolico e la ridotta presenza di zuccheri. Per trarne beneficio, il modo migliore per consumarlo è berlo puro dopo il pasto, oppure in accompagnamento con il caffè.

L'alternativa è sperimentare la ricetta argentina: 1/bicchiere di **Fernet** e 1/2 di cola, da mescolare con ghiaccio. //

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



Giovedrink: degustazione ice cream-cocktail del Pastry Chef Reposo

LINK: <https://www.coolinmilan.it/giovedrink-degustazione-ice-cream%e2%80%91cocktail-del-pastry-chef-reposo/>



Giovedrink: degustazione ice cream-cocktail del Pastry Chef Reposo Giugno 16, 2022 Food & Drink Dall'esperienza del Pastry Chef Galileo Reposo nascono 3 signature ice cream-cocktail in grado di raccontare, nello stesso momento, il gelato artigianale di Peck ed i ricercati distillati del suo bar. Tre racconti di reinterpretazione in cui i gelati Peck appaiono in una nuova veste grazie all'unione con le note aromatiche dei liquori selezionati dallo storico brand milanese. Una serata all'insegna della sperimentazione in cui due mondi si uniscono: quello della pastry art e della mixology, per offrire un'esperienza cross-sensoriale. Degustazione ice-cream cocktail Stasera, giovedì 16 giugno, nel dehor di Peck CityLife, potrete degustare i 3 signature ice-cream cocktail con tanto di presentazione scenografica: l'azoto liquido darà vita ad un autentico

spettacolo gastronomico. L'appuntamento è a partire dalle ore 18.00, Ogni creazione è proposta al prezzo speciale di 10EUR e viene accompagnata da sfiziose proposte di finger food studiate ad hoc da Peck. Le nuove ideazioni di tre gusti diversi, sono state create partendo dalle proposte delle gelaterie di CityLife e via Spadari. Visualizza questo post su Instagram Un post condiviso da Peck (@peck_milano) I 3 signature ice cream-cocktail del Pastry Chef Galileo Reposo Scopriamo insieme le associazioni di gusti e profumi proposti da Galileo Reposo. Strasshopper: il gusto dolce e speziato della stracciatella di mandorle, unito al limone candito e cioccolato bianco, crema di menta e cioccolato Peck, incontra il sapore zuccherato del rum bianco e del **Brancamenta**. Brontesour: il sapore deciso del gelato al pistacchio e l'aroma dolce della Chartreuse Gialla e della

meringa si combinano con il sapore secco della vodka. Spadaiquiri sorbettato: una rivisitazione del Daiquiri frozen dove lo zucchero di canna del Rum J. Bally Blanc e le erbe aromatiche del Dom Benedictine creano un contrasto con il sapore fresco del gelato Peck al limone e allo zafferano.

la creatività di barcellona alla design week 2022

creativity from barcelona at design week 2022

text by Davide Cattaneo

Un percorso a 360° nella creatività di Barcellona, un'installazione che indaga e mette in luce le sue diverse declinazioni attraverso il lavoro di professionalità differenti e i progetti di settori complementari, una mostra in uno dei distretti più conosciuti dalla comunità del design. "Inspired in Barcelona: a gathering place" si svolge durante la Design Week Milanese nel cuore del Brera Design District, dal 7 al 12 giugno.

La cultura bar, con il Vermut assoluto protagonista, il food design, il graphic design, l'illustrazione e ovviamente l'interior raccontano di passione, ricerca, competenze e creatività messe a sistema. Le eccellenze barcellonesi sono chiamate a raccolta, descrivono una città in fermento, ricca di stimoli e occasioni progettuali, promuovono relazioni virtuose, contaminazioni e occasioni di incontro e confronto, propongono esperienze, atmosfere e oggetti in grado di trasmettere un'energia coinvolgente.

In una sequenza di spazi segreti di differenti dimensioni, che convergono intorno a uno dei cortili più fotografati della vecchia Milano, si intrecceranno infatti i diversi elementi del design che fanno della città mediterranea per eccellenza un luogo di condivisione, ma soprattutto di sperimentazione. A interpretarli e connetterli sinergicamente è il progetto curatoriale di Martin Azúa, incaricato di trasmettere nell'installazione l'anima autentica di Barcellona e i suoi valori, frutto di un complesso equilibrio tra tradizione e innovazione. Sono oltre trenta le aziende del design coinvolte a cui si sommano altrettanti creativi e studi di progettazione, e quindici realtà di food design, che si esprimeranno in due macro-aree: "Inspiring tables", spazio espositivo che vuole essere vettore d'ispirazione su tutto ciò che ruota attorno alla tavola, con concetti, esplorazioni gastronomiche e progetti d'interior innovativi, e "A gathering place", dove con un tono informale e coinvolgente si articoleranno otto differenti idee di bar, con le loro personalità e i loro arredi, attraverso una varietà di prodotti che darà un'idea ampia e leggera della cultura bar di Barcellona.

"Inspired in Barcelona: a gathering place" è promossa dal Governo della Catalogna (ACCIÓ - Catalonia Trade & Investment) e dal Comune di Barcellona (Department of Creative Industries of Barcelona City Council), ideata da Barcelona centre de Disseny, e sponsorizzata da Kriscadecor. L'art direction è affidata a Iván Bravo e la motion graphic è invece a cura di The Others.

A comprehensive overview of Barcelona's creativity, an installation casting light on its many expressions through the work of different professionals and projects in complementary fields of design, in an exhibition in one of the world's best-known design districts. "Inspired in Barcelona: a gathering place" will take place during Design Week in Milan, in the heart of the Brera Design District, June 7 through 12. Bar culture, centring around **vermouth** in particular, food design, graphic design, illustration and of course interior design illustrate how passion, research, competence and creativity have been put together to form a system. Various forms of excellence from

Barcelona come together to represent the city's creative ferment, offering plenty of stimuli and design opportunities, promoting virtuous relationships, cross-contamination and opportunities to meet and talk, and proposing experiences, atmospheres and objects conveying a compelling energy.

In a series of secret spaces of different sizes, converging on one of Milan's most instagrammable old courtyards, the different elements of design that make the Mediterranean city a place of sharing and experimentation come together, interpreted and synergically linked by curator Martin Azúa, whose installation conveys the true spirit and values of Barcelona, the result of a complicated balance of tradition and innovation.

More than thirty design companies will be involved, plus the same number of creative designers and design studios and fifteen food designers, arranged in two macro-areas: "Inspiring tables", an exhibition space focusing on everything having to do with the table, including gastronomic concepts and explorations and innovative interior design projects, and "A gathering place", where a casual, immersive atmosphere proposes eight different bar concepts, each with its own personality and furnishings, through a variety of products offering a vast light-hearted overview of Barcelona's bar culture.

"Inspired in Barcelona: a gathering place" is promoted by the government of Catalonia (ACCIÓ - Catalonia Trade & Investment) and the City of Barcelona (Department of Creative Industries of Barcelona City Council), conceived by Barcelona Centre de Disseny and sponsored by Kriscadecor, with art direction by Iván Bravo and motion graphics by The Others.

Inspired in Barcelona: a gathering place

via Madonnina, 12 Milan - 7/12 June 2022 - from 10 am to 8 pm

Media partner: Brera Design District, Borgionale



La proprietà intellettuale "A" riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa "A" da intendersi per uso privato

La storia

Soldi per il castello grazie alla cena sabauda (con menu e abiti)

L'iniziativa di raccolta fondi organizzata a Moncalieri

di Massimo Massenzio

Vivere una serata da invitati alla tavola del Re, respirare le atmosfere e le mode della corte dei

Savoia e allo stesso tempo finanziare i restauri di una delle più antiche dimore reali del Piemonte. Il Castello di Moncalieri aprirà i suoi cancelli anche di notte per un ciclo di eventi dedicati alle cene sabauda. Il primo appuntamento è per domani, ispirato a Vittorio Emanuele II e animato dal tableau vivant dell'associazione «Le vie del tempo». Con costumi ottocenteschi, ballerini di valzer e un aperitivo a base di vermouth. Il ricavato della serata sarà destinato all'avvio di un programma di interventi di recupero dei preziosi arredi del Castello.

La cena sarà influenzata dai menù delle grandi feste risorgimentali, con una particolare attenzione per i prodotti del territorio, cucinati da quattro chef scelti fra i migliori ristoranti di Moncalieri.

Il «Giardino della Bela Rusin» sarà l'antipasto preparato da Giorgio Picco, dell'osteria La Cadrega: un'insalata di fiori biologici di Moncalieri con petto d'anatra scottato, robiola di Roccaverano, asparagi di Santena e citronette al ravenello tabasso di Moncalieri. Per il primo Marco Albano, di Ca'Mia, ha scelto gli agnolotti dell'accademia dal cuore morbido di lampredotto o

trippa di Moncalieri, con fonduta di formaggio pecorino e mentuccia frita di Pancalieri. Ugo Fontanone, di Frà Fiusch,

proporrà come secondo una coscia di faraona arrosto con composta di ciliegie di Revigliasco, mentre il dolce di Enzo Gola (Cà Mentin) sarà la mousse au chocolat con crema alle nocciole e caramello al sale Maldon.

Prima di sedersi a tavola gli ospiti, come tutti gli invitati del Re, saranno accompagnati alla scoperta dell'appartamento di rappresentanza di Vittorio Emanuele II e Maria Adelaide e proveranno l'emozione di scendere lo scalone d'onore e accedere all'appartamento nuovo di Sua Maestà. Dove sarà servita la cena di gala. La quota di partecipazione

non è economica, 110 euro persona, ma l'utile dell'iniziativa di domani servirà, grazie al progetto Art Bonus, a riportare al suo antico splendore un set da camino con decori cinesi.

«Il fine è molto importante, perché quei manufatti sono davvero splendidi e i costi di restauro elevati — spiega Riccardo Vitale, direttore del Castello —. I bellissimi arredi del gabinetto cinese del castello di Moncalieri sono al Quirinale, ma altre testimonianze sono visibili a Palazzo Reale e a Stupinigi».

Un evento mondano a corte creerà sicuramente meno polemiche di un'esibizione di kickboxing: «Dobbiamo pensare che noi viviamo il castello come un museo, ma per chi ci ha preceduto era una casa e come tale è stata vissuta — aggiunge Vitale —. L'Art Bonus è uno strumento che offre vantaggi a tutta la collettività,

non credo proprio che nessu-

no storcerà il naso per una cena».

L'iniziativa, fortemente voluta dal sindaco Paolo Montagna e dall'assessore Angelo Ferrero, si ripeterà il 22 luglio e poi in autunno, con altri due appuntamenti, nei quali tutti gli chef si alterneranno sulle 4 portate: «Per il momento si tratta di una sperimentazione, ma il Castello offre atmosfere e spazi fantastici — rivela lo chef Enzo Gola —. In questa occasione useremo le cucine del circolo ufficiali, ma se in futuro volessimo utilizzare la sala della Cavallerizza, che può ospitare fino a 300 persone, bisognerà valutare una soluzione alternativa. Ci penseremo più avanti, adesso godiamoci la serata. Io giovedì preparerò il dolce e arriverò per ultimo, perché prima sarò al ristorante. Speriamo mi facciano entrare».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Online

Leggi tutte le notizie, guarda i video e segui tutti gli aggiornamenti sul sito internet del Corriere torino.corriere.it

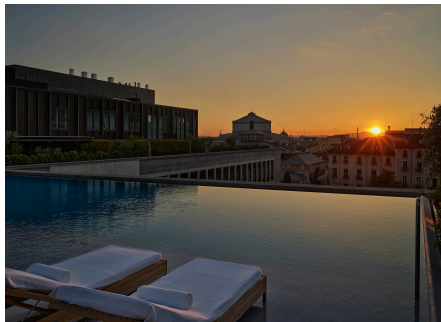




La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

Inside Madrid's First-Ever Pisco Bar-Perched Alongside the City's Biggest Rooftop Pool

LINK: <https://www.vogue.com/article/madrid-edition-pisco-bar-rooftop-pool>



Inside Madrid's First-Ever Pisco Bar-Perched Alongside the City's Biggest Rooftop Pool By Michaela Trimble June 13, 2022 To revisit this article, visit My Profile, then View saved stories. Photo: Nikolas Koenig / Courtesy of Madrid Edition To revisit this article, visit My Profile, then View saved stories. On a breezy evening in Spain's capital city, a crowd of cool kids is gathered on the fourth-floor rooftop of the Madrid Edition. Within the indoor greenhouse, a convivial space decorated in Moroccan-style lanterns, climbing plants wrap around an installation of square-shaped blackened steel beams while jewel-toned glass panels cast playful hues across the room. Just outside is an expansive terrace and garden where guests lean against rattan stools, sipping foamy pisco sours beneath a vine-covered pergola. Just beyond is Madrid's biggest rooftop pool, the city lights aglow in the water's reflection. It's

the opening night of Oroya and the house is packed. As dinner is about to start, guests shuffle to their seats within the restaurant, most at a long central bleached teak table, others at café-style counters surrounding its perimeter. They're all anxious to sample more cocktails and dishes at Madrid's most in-demand destination of summer, the recently-opened rooftop bar and restaurant helmed by the acclaimed Peruvian chef Diego Muñoz. Oroya Photo: Nikolas Koenig / Courtesy of Madrid Edition When the Madrid Edition first opened this April, the property eschewed a European culinary program in favor of bringing Latin American flavors to Spain's enigmatic capital. On the hotel's ground-floor lobby is Jerónimo, a restaurant by the famed Mexican chef Enrique Olvera that offers an extensive masa and mezcal program, a complementary eatery to Muñoz's rooftop pisco bar, the first of its kind in the

city and the chef's first-ever venue in Spain. Not only does Oroya offer a relaxed tapas menu with family-style sharing plates and Peruvian staples like sea bass ceviche, fried papas rellenas croquettes, and hakao dumplings served with spicy parihuela seafood broth, but the restaurant also conveys some of Peru's cultural history, which spans influences from Spain, Africa, Italy, China, and Japan. Each dish is made to pair perfectly with the star of the show: Pisco, Peru's national spirit, which is made through a process of distilling wine into a pure grape liquor in an ancestral process that dates back to the 17th century. A pisco sour in progress. Photo: Joe Thomas / Courtesy of Madrid Edition Pisco is most often enjoyed in a pisco sour, a cocktail made with lime and sugar and topped with egg-white foam, or as a capitan, a drink similar to a Manhattan that's made with red **vermouth** and Angostura bitters, but it's

also consumed neat or on the rocks. As with Spanish **vermouth** or a Mexican mezcal, pisco often appears ahead of a meal as a lunch or dinner aperitif. When dining at Oroya, guests of the restaurant can opt to taste a flight of three piscos or select from one of 15 labels in the program that are crafted in Peru's five pisco production regions, including La Caravedo, an herbaceous line of pisco produced amid the Andean foothills in the Ica Valley at the oldest working distillery in the Americas. A place to see and be seen, Oroya--with its unique pisco program and outdoor pool offering 60 sunbeds, 10 cabanas, and unmatched views of Madrid--is sure to be one of Madrid's most in-demand destinations of summer. The rooftop pool at Madrid Edition Photo: Nikolas Koenig / Courtesy of Madrid Edition

Spiriti divini

Alla “Eno Week” di Moncalieri l’Italia in bottiglia

PIERANGELO BOATTI

■ Eno Week, un giro d’Italia attraverso i grandi vini a Moncalieri, sotto l’egida d’importanti partner a partire da Gambero Rosso. Un viaggio che racconta l’Italia attraverso le sue etichette, partendo dalla Lombardia e dai vini della Torino Doc, passando per i grandi vini veneti e trentini, la classe dei vini toscani, arrivando anche al sapore estivo del Sud Italia.

Una manifestazione diffusa che coinvolge ristoranti, enoteche, osterie e trattorie di Moncalieri per portare al centro della tavola il rapporto tra cibo e vino fra le eccellenze e i prodotti del territorio. Da ieri il *Giardino delle Rose* ha aperto le porte agli amanti del vino e del gusto. Presente anche la mia Monsupello, con Gambero Rosso, accanto alle altre prestigiose cantine italiane. Anche oggi nel Giardino delle Rose all’interno dello splendido Castello di Moncalieri, residenza sabauda e patrimonio Unesco immersi tra i profumi e i colori dei fiori, è possibile incontrare produttori da tutta Italia e sorseggiare eccellenze vitivinicole.

Tanti i ristoranti coinvolti al Giardino delle Rose, con le loro specialità e soprattutto i cibi tipici di Moncalieri. Salame di Trippa, Trippa, Lardo di Moncalieri, Salsiccia di Moncalieri, Ravanello Tabasso che fanno parte delle eccellenze gastronomiche locali: quello che ancora forse non tutti sanno è che giugno è il mese perfetto per assaporarli, accompagnati dalle migliori etichette vitivinicole d’Italia.

Novità di Enoweek gli *chef* presenti alla manifestazione con Marco Albano, Ugo Fontanone e Giorgio Picco, assieme anche al maestro gelataio Simone Turribio. L’unione tra grande storia, cultura ed enogastronomia rimane il marchio di fabbrica della *Torino Wine Week* e grazie al Comune di Moncalieri il Castello apre le sue porte ai grandi vini, ai prodotti locali e ad un pubblico che ama il vino dalla vigna al bicchiere, che ama immergersi nel suo racconto e nelle storie dei produttori.

Martedì 14, mercoledì 15 e giovedì 16 giugno l’Eno Week continua il suo viaggio nella Città di Moncalieri. Tra gli eventi “Il tratto del Sakè” con Jacopo Buranelli e Chicca Vancini che racconteranno l’importanza del Sakè nella cultura giapponese e nei Manga; non mancheranno poi racconti sul Vermouth con Giustino Ballato e approfondimenti sul rapporto tra vino e viaggi, insieme ad un’analisi sull’importanza del racconto dell’enogastronomia sulle piattaforme digitali.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

SZ Shop

Entdecken Sie unsere Vielfalt!

Inspirationen für einen Urlaub zu Hause

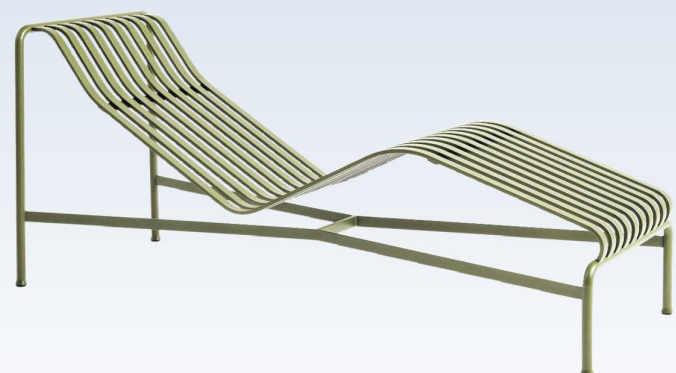


Unsere Grill-Favoriten

Sie finden in diesem Set alles, was es für einen genußvollen Grillabend braucht:

- 1 Flasche Dallmayr BBQ Nr.1 Tomatenketchup,
- 1 Stück Sizilianische BBQ Sauce,
- 1 Glas Mayonnaise Dallmayr,
- 1 Flasche Natives Olivenöl extra Arbequina Valdeirama,
- 1 Glas Fleur de Sel Salzblüten aus Meersalz mit Zitrus

31,90 €



HAY – Palissade Chaise Longue

Die Palissade Chaise Longue des dänischen Herstellers HAY wurde vom französischen Designer-Duo Ronan und Erwan Bouroullec entworfen. Sie verfügt über eine ergonomisch geformte Liegefläche, die sich dem Körper perfekt anpasst und entspanntes Ausruhen garantiert. Breite: 65,5 cm / Höhe: 70 cm / Länge: 164,5 cm

Ab 939 €



Kay Bojesen – Alphabet Klodder

Dieses Designeschenck aus Buche gefällt nicht nur Kindern, sondern auch Erwachsenen. Geliefert werden die Holz-Bausteine in einer praktischen Holzbox. Die Alphabet – Bausteine sind zweifelslos ein zeitloses Geschenk für die ganze Familie. Aus hochwertigem Buchenholz. Für die ganze Familie geeignet

89 €



Alkoholfreie Aperitifs – feel free

Das flüssiger Genuss auch ohne Alkohol bestens funktioniert, ist mittlerweile bekannt. Wie zwei deutsche Hersteller das Dolce Vita revolutionieren, ist hingegen noch ein Geheimtipp. Keine Abstriche oder Kompromisse in puncto Qualität sind hierbei absolute Prämisse. Deshalb laufen diese Kostbarkeiten – vor allem in Longdrinks oder Cocktails – zur Hochform auf. Genießen Sie den Sommer ganz im Zeichen der Deutsch-Italienischen Freundschaft. A bisser! Dolce Vita geht bekanntlich immer.

- 1 Flasche Mondino-Senza, Bio-Bitteraperitif, alkoholfrei, 0,75l
- 1 Flasche Undone No. 8 Not Vermouth, alkoholfrei, 0,75l

29,90 €



Jan Kurtz – Fiam Float Schwimmkissen

Egal ob das Sitzkissen zum genüsslichen Relaxen im Wohnzimmer oder auf der Wiese Verwendung findet oder als farbenprächtiger Begleiter mit in den Pool genommen wird – auf Fiam Float kann man wunderbar abhängen und entspannen.

Maße 25 x 145 x 100 cm

289 €



Raumgestalt – Feuerschale mit Bank

Die Feuerschale von Raumgestalt ist ein formschönes Gartenaccessoire, welches das gemütliche Beisammensein im Freien begleitet. Mit ein paar Holzsplittern lässt sich ein wärmendes und gemütliches Feuer in der Schale entfachen. Die wandelbare Feuerschale lässt sich zudem von der Bank nehmen, so dass, wann immer die Schale nicht in Gebrauch ist, eine Sitzgelegenheit entsteht.

Breite: 80 cm / Höhe: 23 cm / Länge: 30 cm

414 €



Raumgestalt – Teppanyaki-Platte für die Feuerschale

Die Teppanyaki-Platte von Raumgestalt verzaubert die Feuerschale vom Hersteller blitzschnell in einen Grill. Einfach die Platte über das Feuer legen und mit Fleisch, Fisch oder Gemüse belegen. Perfekt für die Zubereitung von Fleisch, Fisch und Gemüse.

Maße: 25 cm x 70 cm x 0,5 cm

50 €



Wo die Bayerischen Heiligen wohnen

Dieser besondere und besinnliche Ausflugsführer zeigt Ihnen einige der schönsten Orte Bayerns!

ISBN: 9783734322600
160 Seiten
150 Abbildungen
Format: 14,0 x 21,0 cm
Süddeutsche Zeitung Edition

19,99 €



Schätze von nebenan

Entdecken Sie versteckte Schätze rund um München: Museen, die immer einen Besuch lohnen!

ISBN: 9783734325281
168 Seiten
140 Abbildungen
Format: 14,0 x 21,0 cm
Süddeutsche Zeitung Edition

19,99 €

Entdecken Sie weitere Titel unter: sz-shop.de/bayern

Nur solange der Vorrat reicht. Angebot nur in Deutschland gültig. Preisänderungen und Irrtümer vorbehalten. Alle Preise in Euro inkl. Mehrwertsteuer. Anfallende Verpackungs- und Versandkosten siehe sz-shop.de/versandkosten. Ein Angebot der Süddeutsche Zeitung GmbH • Hultschiner Straße 8 • 81677 München



Jetzt bestellen
sz-shop.de/sommer
089 / 21 83 18 10



GOURMET

Le orecchiette fatte a mano del resort Borgo Egnazia: con le cime o al pomodoro



15 euro
Due confezioni da 500 gr. su bottegaegnazia.com

● Dal laboratorio del resort Borgo Egnazia (Savelletri di Fasano, Brindisi) di Aldo Melpignano è nata l'idea di una linea gourmet, Bottega Egnazia, di prodotti enogastronomici del territorio. Passata di pomodoro, cime di rapa, taralli, **Vermouth**. Scegliamo le orecchiette, piatto simbolo, da fare con le cime di rapa o anche, semplicemente, al pomodoro. L'importante è esaltare il sapore e la consistenza della pasta, da cuocere un po' al dente. Le orecchiette sono fatte a mano, semolato di grano duro Senatore Cappelli da agricoltura biologica italiana e con macinazione italiana.

Francesco Velluzzi

● borgoegnazia.it



Gli eventi al Castello di Masino

CARAVINO – Ancora tanti appuntamenti, al Castello di Masino, nel weekend. Domani, venerdì 10 giugno, visite guidate dal capo-giardiniere alla scoperta del Parco (alle 14,30 e alle 16). Sabato 11 si andrà "Alla scoperta del vigneto" (alle 11.30, 12.45, 14.45, 16.15, 17.30) e, dalle 16 alle 18, il professor Fulvio Piccinino, storico del gusto e docente dell'Università di Pollenzo, condurrà una degustazione di vermouth. Domenica 12 (alle 10.30, 12, 14, 15.15, 16.30), infine, visita guidata alla scoperta degli ambienti di ricevimento, di servizio e delle cucine storiche, in uso fino agli anni '80 del '900 e di norma non accessibili al pubblico. Per info e biglietti 0125/77.81.00, faimasino@fondoambiente.it.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



La movida

Ai Murazzi apre Giancarlo E con le ricette di Peliti arriva anche la vermuteria

Dopo Porto Urbano altri locali ridanno vita al lungofiume Montato il primo dehor. E un robot salverà dalle alluvioni

Ai Murazzi è stato montato il primo dehor del nuovo corso, quello di Porto Urbano, aperto al pubblico da ieri sera. Insieme alle piante donate dalla produzione di Fast and Furious danno l'idea della rinascita di questi spazi.

Ma lungo il fiume il cantiere è ancora in corso, come dimostra il via vai di elettricisti, muratori, architetti. Questa settimana è prevista l'apertura dello storico locale Giancarlo, ristrutturato dai nuovi gestori e pronto a far ballare di nuovo i torinesi, anche se non ci sarà da aspettarsi un ritorno alle origini.

Tra le prossime aperture c'è anche Peliti's, vermuteria che ripropone il tipico liquore torinese secondo le ricette di Federico Peliti che fu, nella seconda metà dell'Ottocento, pasticciere della casa reale inglese in India ma anche imprenditore, fotografo nonché produttore della celebre formula di vermouth. Il liquore con marchio Peliti's già riportato alla luce insieme alle ricette originali e commercializzato anche all'estero, «sarà

il cappello del locale» dice Antonio Salvatore uno dei soci, insieme a Filippo Camedda del locale, nonché titolare del Lanificio San Salvatore di San Salvario. «Ma non serviremo

solo quello, a cascata vogliamo riproporre tutto ciò che di buono c'è in Piemonte, dal cibo alle bevande». Da Peliti's si mangia, si beve e si ascolta musica. Tutto questo dalla

prima metà di luglio. «È vera-

mente il caso di dire finalmente», dice Antonio Salvatore. «Abbiamo vinto il bando nel 2015. Ci sono voluti sette anni per poter aprire. Oggi ci è

arrivato l'ultimo ok sui dehor». Per avere la possibilità di montarlo, si sono dovuti rivolgere a una startup svizzera che in genere si occupa di montare ospedali militari nei campi di guerra. «Sarà una specie di dehor robot, con delle ruote. Schiacciando un tasto, tutta la struttura diventa un parallelepipedo smontabile».

Un investimento tecnologico che serve a garantire un rapido sgombero in caso di alluvione. La vermuteria, come tutti gli altri locali sotto le arcate, ha l'ambizione di far rivivere i Murazzi di notte ma anche di giorno. Dal prossimo mese saranno dunque almeno tre i dehor che si vedranno da piazza Vittorio, dalla prossima primavera tutte le arcate saranno aperte al pubblico. Tra i problemi più grandi che stanno incontrando i vincitori dei bandi c'è la ricerca del personale, sempre più difficile da trovare. Intanto però qualcosa si muove e riapre, da lunedì sera un altro angolo della città è stato illuminato.

Giorgia Mecca

© RIPRODUZIONE RISERVATA

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



GIUGNO IN

Il mondo notturno rispecchia l'umore della società. A volte anche in modo paradossale. Alla precarietà di una situazione generale complessa come quella attuale, la risposta è la ricerca di positività e di riscatto. Emerge una rinnovata energia, insieme alla voglia di vivere e divertirsi, più forti rispetto al 2019. È il pensiero di Pino Scalise (in foto), navigato imprenditore, a capo di location cult del capoluogo lombardo come Bullona, Chatulle e Gattopardo. «È un momento storico in cui l'alta qualità unita all'esclusività paga - continua - ed è in questa direzione che è nata la nuova insegna Affinatore. Ho scelto questo nome perché affiniamo noi stessi una materia prima d'eccellenza assoluta e diamo il compito agli chef di esaltarla limitando anche il solo uso di spezie». Si tratta di un risto-

rante unico nel suo genere in Italia: tratta principalmente carni Wagyu Kobe qualità A5, di cui è diventato ambasciatore, e tagli *premium dry aged* e iper frollature. In abbinamento una *wine list* da capogiro dove spiccano Romanée Conti, Masseto e altre etichette sacre nel



gotha vitivinicolo mondiale. L'ambiente infine è un inno al comfort design, con atmosfere soffuse a lume di candela e arredi a metà tra un'elegante salotto e uno yacht di lusso, con il colore beige in diverse tonalità come attore principale.

Complici le temperature estive e un periodo dove le parole d'ordine sono "tornare a divertirsi" Radio Rooftop Bar sta vivendo uno dei momenti più promettenti. «I segnali di ripresa sono tangibili e gli eventi sono ripartiti» afferma Alessandro Misani, GM di ME Milan Il Duca. «Stiamo registrando numeri importanti che ci consentono di fare ancora meglio rispetto

a maggio 2019, anno d'oro per il settore dell'*entertainment* di lusso». Quello stesso lusso che sta riportando in vita un comparto dimenticato negli ultimi due anni

e che Radio Rooftop Bar celebra con una proposta attuale e arredi rinnovati. Il *makeover* della terrazza, curato dal nuovo brand con radici italo libanesi Jwana Hamdan, al suo debutto, presenta un arredamento d'ispirazione mediorientale (foto di Francesco Dolfo), con uno spazio vivo ed edetico dove i concetti di ospitalità sono alla base dell'esperienza di condivisione. Una *playlist* internazionale, cucina sempre aperta e un'offerta beverage di livello completo quella che sembra essere la miglior stagione di sempre. Via Marco Polo, 18.

Aria di novità in piazza Gae Aulenti: il ristorante Replay The Stage Dining, al primo piano del *multiexperience store* dell'omonima *griffe*, ha presentato un nuovo *concept* gastronomico dedicato alle eccellenze del mare. In un'atmosfera che riporta a suggestioni hollywoodiane anni '20, tra sala biliardo con set cinematografico e la riproduzione di un transatlantico capovolto come soffitto, ci si delizia con un menù diviso in tre sezioni. La prima è dedicata ai *plateau*, con gamberi rossi, scampi, ostriche, capesante e tartare. La seconda,

ribattezzata "cotto e crudo", consta di uno scenografico bancone con il pescato del giorno, preparabile a piacere. Per concludere, ad opera dello chef Elias Caschili, un assortimento di piatti preparati con materie prime ricercate e tecniche contemporanee. Da provare: polpo tiepido con catalana di frutta e verdura o tagliolini con carpaccio di gambero rosso ed estratto di datterini gialli. Non manca, infine, una sezione dedicata alla carne e alle tradizioni lombarde fra tartare di fassona, riso con ossobuco e cotoletta. Piazza Gae Aulenti, 4.

Con l'appropinquarsi della stagione estiva, il The Westin Palace, Milan di piazza della Repubblica ha ampliato i suoi spazi per ospitare aperitivi, cene ed eventi *en plein air*. Al primo piano ha da

poco inaugurato Terrazza PanEVO con le sue piante aromatiche e la ricca vegetazione, che la rendono una vera e propria oasi di relax in mezzo alla frenesia cittadina. In tavola sfilano le creazioni di chef Moris La Greca, fautore di una cucina mediterranea tradizionale dall'estro creativo che si basa su sapori naturali, ingredienti

stagionali provenienti da piccoli produttori artigianali ed un vasto utilizzo di erbe di campo, fiori e germogli. Il momento dell'aperitivo, invece, si vive tutti i giorni nel Cocktail Garden prospiciente all'ingresso, con una *drink list* esotica ispirata a luoghi lontani e sospesi nel tempo, *finger food* in abbinamento ed eventi musicali (ogni mercoledì sera) arricchiti con le note del *deejay set* selezionate da Francesca Piovano. Prezzo medio cena: 50€ vini esclusi; cocktail aperitivo a partire da 18€. Piazza della Repubblica, 20. Tel.02.63361.

Situata al quarto piano del Centro Svizzero, Terrazza Palestro vanta una vista privilegiata sul parco Indro Montanelli. Moderni arredi di design si affiancano a piante di alloro e gelsomino per creare un'atmosfera fresca e intima, al riparo di una completa copertura. Stagionalità degli ingredienti e gusti delicati ma definiti sono il *fil rouge* della cucina di chef Stefano Piccinini, che combina i sapori della scuola mediterranea con un *twist* creativo per dar vita a piatti come la battuta di fassona con stracciatella e passion fruit, il sal-

mone marinato con orzo, pesto di menta e lamponi ed i calamari grigliati con caponata di zucchine e salsa al cocco. L'aperitivo, invece, viene proposto con *dry snacks* e *finger food* preparati al momento a cui si possono affiancare spuntini à la carte da abbinare a *signature cocktail* come il "Roof Garden" con



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

botanical spirit, gin, ginger beer, lime, salvia, assenzio e cardamomo o il "Lady Tonic" con Tanqueray gin, Chartreuse, St. Germain, **vermouth** dry, zucchero e tonica. Cena: 60€ vini esclusi, drink aperitivo da 12€. Via Palestro, 2.

Protagonista dagli anni '90 della vita notturna milanese, Andrea Granata (in foto) ha inaugurato poco più di un mese fa il nuovo Bobino Milano, locale nato dalla riqualificazione di un'ala della stazione di Porta Genova. «Questa nuova avventura del brand Bobino - racconta - rappresenta una grande sfida. La novità assoluta è quella di un locale polifunzionale aperto dalle 7:30 del mattino con le colazioni fino alle 3 di notte con il dj-set. Nell'arco della giornata un susseguirsi di momenti: dalla pausa pranzo agli eventi, con mostre ed esposizioni, dall'aperitivo alle serate con il nostro tipico DNA all'insegna dell'happy music. Il Bobino da sempre è sinonimo, infatti, di un sano e spensierato divertimento. La proposta food parla italiano: dai prodotti di pasticceria

artigianale ai piatti di cucina fino alle stuzzicherie da abbinare a una drink list dove spiccano distillati e cocktail». Molte anche le iniziative in occasione della Design Week: da un lato mostre interattive, esperienze tattili, giochi ed eventi



"per una rinnovata socialità n.0", dall'altro due importanti appuntamenti: domani il concerto jazz della Monday Orchestra mentre giovedì una full immersion con esibizioni, aperitivi e dj-set dalle 10 del mattino fino a chiusura.



Affinatore

Via Piero della Francesca, 54



RADIO ROOFTOP BAR



REPLAY THE STAGE DINING



Bobino

Piazzale Stazione Porta Genova, 4

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

CITTÀ

Nuove aperture,
location storiche,
terrazze e dehors



TERRAZZA PanEVO



TERRAZZA PALESTRO

La proprietà "A" intellettuale "A" riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa "A" da intendersi per uso privato

Arriva Fresko all'Orange Spritz Bar

LINK: <https://www.btboresette.com/arriva-fresko-allorange-spritz-bar/>



Arriva Fresko all'Orange Spritz Bar Scritto il 29 Luglio 2022 da Domenico Megali in Economia & Finanza, Primo piano Orange Spritz la prima "Spritzeria" nel cuore di Porta Venezia a Milano da oggi aggiunge ai 16 diversi tipi di spritz, Fresko a base di **Brancamenta**. Fresko dopo Capri e Cherrylove Dopo il successo degli spritz Capri e Cherrylove, il nuovo spritz della settimana è stato creato in occasione del #NEWSPRITZFRIDAY. A base di **Brancamenta**, FRESKO è pensato per alleviare il fastidio del caldo torrido milanese delle ultime settimane. Cocktail estivo da gustare all'ombra del nuovo dehor, un'oasi delimitata da palme, dalle panchine disegnate dall'artista Giò Colonna Romano, dotata di tavoli e di un fresco tendone color "rosso Campari". Un soffitto cosparso di piccole lampade rossastre L'ORANGE SPRITZ BAR, la prima Spritzeria nel cuore della movida di Milano (in via Tadino 4, Porta Venezia), è nata da

un'idea di Filippo Bosio e Marina de Bertoldi (nella foto). Offre 16 diversi tipi di spritz in vari formati, abbinando i liquori classici con le bollicine del prosecco, rigorosamente alla spina come da tradizione. Ogni spritz viene impreziosito da una particolare guarnizione e da diversi gusti di soda. Dal Curaçao alla China Martini C'è il Laguna Blu con il Curaçao, il Pinky con il liquore al passion fruit, il Milano con il Cynar, il China Mon Amour con il China Martini e tanti altri da scoprire. L'ampia selezione permette di assemblare sempre nuovi spritz su richiesta dei clienti. Oltre agli spritz, sono disponibili anche i cocktail tradizionali. La cucina interna prepara piadine, toast e pizze cucinate su pietra refrattaria nel forno. Proprio come in una caffetteria newyorchese, all'ORANGE SPRITZ BAR è possibile ordinare lo spritz in diversi formati, a partire da 3.50 euro.

Redazionale|Branchinotto: tutto quello che c'è da sapere sul cocktail dissetante targato **Fernet-Branca**

LINK: <http://www.agroalimentarenews.com/news-file/Redazionale-Branchinotto--tutto-quello-che-c---da-sapere-sul-cocktail.htm>



Redazionale|Branchinotto: tutto quello che c'è da sapere sul cocktail dissetante targato **Fernet-Branca**. Se c'è una caratteristica per cui l'amaro **Fernet Branca**, prodotto sin dal 1845 dalla famiglia **Branca** di Milano, è noto, questa è sicuramente la sua versatilità. Il gusto è una garanzia, così come la qualità degli ingredienti impiegati per la sua produzione, ma quello che continua realmente a stupire è la sua capacità di combinarsi e fondersi con altri ingredienti per dare vita a drink dalle note uniche e sorprendenti. È quello che succede, ad esempio, quando si uniscono le proprietà di una bevanda fresca e dissetante come il Chinotto e il gusto unico di un amaro come il **Fernet-Branca** con le sue 27 erbe, radici e spezie provenienti dai quattro continenti: non si può che ottenere un Cocktail sensazionale. Stiamo parlando del Branchinotto, una ricetta semplice e

fresca che si avvale del gusto acidolo e amaro del chinotto, prezioso agrume dal sapore intenso e apprezzato in molte preparazioni, per esaltare ulteriormente le molteplici qualità dell'amaro più amato al mondo. Come già noto, infatti, il **Fernet-Branca** ben si presta, per le sue caratteristiche, ad essere impiegato in cocktail e long drink di diverso tipo, tutti ugualmente sorprendenti. Il Branchinotto ne è un esempio. La ricetta è davvero semplice in quanto richiede solo pochi ingredienti: - 8 cubetti di ghiaccio; - 5 cl **Fernet-Branca**; - 10 cl Chinotto. Per la sua preparazione basta versare in un Tumbler alto il **Fernet-Branca**, riempire con ghiaccio e colmare con il chinotto: una fetta di arancia per decorare e il gioco è fatto! Se tanto fortunata è l'unione tra il **Fernet-Branca** e il chinotto, non meno nota e diffusa è quella con la coca-cola, che in Argentina

ha conosciuto un successo davvero straordinario: ma sintetizzare a pochi esempi sarebbe davvero riduttivo. L'amaro di Milano si incontra e sposa perfettamente anche con whisky canadese e angostura per realizzare il noto Toronto cocktail e in generale è in grado di creare così tanti incontri di successo da risvegliare la fantasia dei mixologist, che con un amaro così versatile riescono a creare sempre nuove esperienze di gusto in grado di unire generazioni e soddisfare i palati più esigenti. Del resto, chi conosce già la famiglia **Branca** di Milano sa che innovazione è la parola d'ordine: la capacità di non fermarsi mai sul successo di un prodotto che da centinaia di anni continua ad essere tra i più amati al mondo, ma sperimentare sempre per far sì che questo successo diventi sempre più solido e che il **Fernet Branca** possa attraversare non solo gli anni, ma scriverne la storia.

Nudo sulla tomba, scatta la denuncia

LINK: <https://primamerate.it/attualita/nudo-sulla-tomba-scatta-la-denuncia/>



Nudo sulla tomba, scatta la denuncia Ora dovrà rispondere di atti contrari alla pubblica decenza e vilipendio di tombe. Mettendo anche mano al portafoglio. Attualità 24 Luglio 2022 ore 11:00 Nudo sulla tomba, ora dovrà rispondere di atti contrari alla pubblica decenza e vilipendio di tombe. Mettendo anche mano al portafoglio. Nudo sulla tomba, scatta la denuncia Come riportato da primamonza, martedì mattina Renato Evaristo Perego - classe 1962, artigiano della pietra originario di Carate Brianza con casa a Mariano Comense - è stato convocato al comando della Polizia locale di Renate, dove gli sono state notificate le denunce. All'origine, si ricorderà, la « p e r f o r m a n c e » decisamente sopra le righe messa in scena martedì l'altro, 5 luglio, all'interno del cimitero di via Verdi: per festeggiare il compleanno di nonno Pietro, Perego aveva

p e n s a t o b e n e d i raggiungere la sua tomba, a poca distanza dall'ingresso principale del camposanto, e di farsi un bel bagno rinfrescante in un catino appoggiato sul marmo, sorseggiando da una magnum d'amaro (**Fernet Branca**). Nudo come mamma l'ha fatto. Il tutto ripreso e pubblicato sulla sua pagina Instagram. Immagini che sono arrivate sia negli uffici della Polizia locale che in quelli del C o m u n e . I l comandante Fabio Gazzaniga ha così «chiamato a rapporto» il marianese, notificandogli le denunce formalizzare a suo carico. Come anticipato i reati contestati sono atti contrari alla pubblica decenza e vilipendio di tombe. Il primo punito con la reclusione da sei mesi a tre anni; il secondo - depenalizzato nel 2016 - con una sanzione amministrativa pecuniaria da 5 mila a 10 mila euro (ammontare di recente oggetto della pronuncia della Corte Costituzionale

che l'ha bollato come eccessivamente elevato). La notizia originale "Nudo sulla tomba, scatta la denuncia" sul sito primamonza.it Resta sempre aggiornato sulle notizie del tuo territorio Iscriviti alla newsletter

Nudo sulla tomba, scatta la denuncia

LINK: <https://primamonza.it/attualita/nudo-sulla-tomba-scatta-la-denuncia/>



Nudo sulla tomba, scatta la denuncia Ora dovrà rispondere di atti contrari alla pubblica decenza e vilipendio di tombe. Mettendo anche mano al portafoglio. Attualità Caratese, 23 Luglio 2022 ore 16:00 Ora dovrà rispondere di atti contrari alla pubblica decenza e vilipendio di tombe. Mettendo anche mano al portafoglio. Nudo sulla tomba, scatta la denuncia Come scritto la scorsa settimana su queste colonne, martedì mattina Renato Evaristo Perego - classe 1962, artigiano della pietra originario di Carate Brianza con casa a Mariano Comense - è stato convocato al comando della Polizia locale di Renate, dove gli sono state notificate le denunce. All'origine, si ricorderà, la « p e r f o r m a n c e » decisamente sopra le righe messa in scena martedì l'altro, 5 luglio, all'interno del cimitero di via Verdi: per festeggiare il compleanno di nonno Pietro, Perego aveva

p e n s a t o b e n e d i raggiungere la sua tomba, a poca distanza dall'ingresso principale del camposanto, e di farsi un bel bagno rinfrescante in un catino appoggiato sul marmo, sorseggiando da una magnum d'amaro (**Fernet Branca**). Nudo come mamma l'ha fatto. Il tutto ripreso e pubblicato sulla sua pagina Instagram. Immagini che sono arrivate sia negli uffici della Polizia locale che in quelli del Comune. Il comandante Fabio Gazzaniga ha così «chiamato a rapporto» il marianese, notificandogli le denunce formalizzare a suo carico. Come anticipato i reati contestati sono atti contrari alla pubblica decenza e vilipendio di tombe. Il primo punito con la reclusione da sei mesi a tre anni; il secondo - depenalizzato nel 2016 - con una sanzione amministrativa pecuniaria da 5 mila a 10 mila euro (ammontare di recente oggetto della pronuncia della Corte Costituzionale che l'ha bollato come

eccessivamente elevato). Resta sempre aggiornato sulle notizie del tuo territorio Iscriviti alla newsletter

La kermesse - Questa sera ultimo appuntamento con il "Campania Blues Festival. Per la serata del 29 luglio tra gli ospiti anche Amara

Deidda e i suoi emozionano il pubblico dello Charlott

“

Applausi e consensi per la serata dedicata alle più belle sigle della televisione italiana

di Rosa Pia Greco

Un tuffo nel passato ascoltando quelle sigle che hanno fatto la storia della televisione italiana. Una serata di grandi emozioni quella offerta il 21 luglio all'Arena del Mare nell'ambito della XXXIV edizione del Premio Charlott da Sandro Deidda al sax e clarinetto e dai Tv Project, ovvero Gian Pio Vetromile al pianoforte e tastiere, Angelo Carpentieri alla chitarra elettrica, Paolo Pelella al basso elettrico e Giampiero Virtuoso alla batteria.

Deidda e i suoi hanno fatto ascoltare musiche che tutti conosciamo perché abbinate a programmi televisivi e spot pubblicitari indimenticabili. La televisione, prima degli odierni mass media, ha contribuito a creare un gusto musicale popolare, spesso standardizzato, eppure proteso a diffondere contenuti di livello medio-elevato. E così la singolare serata, ha visto il gruppo eseguire brani come Gamma (Riz Ortolani), pas-

sando per Dov'è Anna (Stelio Cipriani); Jazz band (Henghel Gualdi); Starsky and Hutch (James Taylor Quartet); Attenti a quei due (John Barry); Arsenio Lupin (Jean Pierre Bourtayre);

Nata libera (John Barry); Sazio 1999 (Barry Gray);

Sonatina su tasti neri (Pippo Caruso); 90° Minuto (Jack Trombey);

La Cittadella (Riz Ortolani); E le stelle stanno a guardare (Riz Ortolani);

Ritratto di donna velata (Berto Pisano); The Groove (Rodney Franklin); Carosello medley 1: Martini/ Fernet Branca/Birra Peroni/ Vecchia Romagna.

Archiviata dunque anche la terza serata di spettacoli all'Arena del Mare, mentre il patron, ideatore e direttore artistico Claudio Tortora, annuncia un altro ospite per la serata del 29 luglio, quella dedicata a Papa Francesco.

Si tratta di Amara, cantautrice nota per la sua partecipazione alla quinta edizione di "Amici di Maria De Filippi", ha partecipato alle edizioni 2008 e 2009 del concorso SanremoLab e 2010 e 2011 di Area Sanremo, classificandosi sem-



Un momento della serata

pre tra gli otto vincitori della manifestazione.

Intanto questa sera (23 luglio), con inizio alle ore 21,30 il Premio Charlott, ospita l'ultima delle due serate del "Campania Blues Festival".

Ospite Matt Schofield inglese di Manchester, classe '77, cantante chitarrista cresciuto a pane e blues dal padre e folgorato dalla chitarra jazz di Robben Ford. Con la sua band, il Matt Schofield Trio, suona il proprio materiale, una miscela di blues, funk e jazz, oltre a cover di classici blues.

Considerato uno dei chitarristi blues britannici più distintivi e innovativi, Schofield è stato classificato tra i primi dieci chitarristi blues britannici dalla prestigiosa rivista "Guitar&Bass". L'abilità di Schofield ha portato la sua band in dodici paesi, lo ha visto suonare con musicisti tra cui Buddy Guy e Robben Ford, ed è nominato nel Penguin Book of Blues Recordings come uno degli unici due artisti britannici viventi ad ottenere la valutazione massima di quattro stelle.

Inoltre, è stato ammesso alla British Blues Awards Hall of Fame.

Insomma una vera e propria icona riconosciuta in tutto il mondo per il suo suono fluido e melodico.

Un modo di suonare che ha ispirato legioni di chitarristi oltre a una ricercata linea di strumenti e apparecchiature distintivi tra cui l'amplificatore Matt Schofield Two-Rock. Rinomato educatore musicale, nel 2018 Matt ha pubblicato "Blues Speak", la sua acclamata

ed impazienza civile". Una musica, quella dei Sacromud, con latitudine Gubbio e longitudine Italia: per rinnovare la tradizione.

Non è quindi solo una band che pesca dentro al blues di Pugno proseguendone in qualche modo la traiettoria, ma una vera e propria fabbrica di suggestioni spalmate sul

cosa siamo oggi, in quella che è la loro ballata contemporanea.



poranea. A fare da corona al chitarrista Raffa Barbi (voce); Alex Fiorucci (tastiere); Franz Piombino (basso elettrico) e Riccardo Fiorucci (batteria e percussioni).

serie didattica True-Fire.

E proprio Matt Schofield nel pomeriggio (nell'atrio del Duomo - ore 16) terrà una Masterclass di chitarra blues (infoline 339 739 8095).

Ad aprire l'overground blues dei Sacromud, la band dello storico chitarrista Maurizio Pugno, uno che da oltre trent'anni mastica "blues e gentilezza, dobro e conoscenza, attenzione musicale

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

AMARCORD STORICO 1835, l'epidemia arriva anche a Saluzzo; epidemie; erbe e liquori toccasana... e ancora don Bosco, don Gorla ed emigranti

Lottocento piemontese tra il colera ed il Fernet

Nell'agosto del 1835, per la prima volta il colera raggiunge, inaspettato e repentino, la provincia di Saluzzo, all'epoca estesa a comprendere il Saviglianese e il Racconigese. E Giovanni Eandi a riferire il drammatico avvenimento nell'Appendice al volume I della sua "Statistica della Provincia di Saluzzo". "Quando io scriveva al principio del 1834, era ancora l'Italia illesa da questo tremendo flagello. Ma nell'estate del 1835 il cholera morbus, avendo invaso la città di Nizza marittima, ... non tardò guari a comparire nella provincia di Cuneo, che sommamente ebbe a desolare, e daddove si è nel principio d'agosto propagato nella presente provincia".

Il contagio arriva molto probabilmente attraverso la Route Royale, trafficata di merci e di viaggiatori internazionali quale tradizionale collegamento tra il porto sabauda di Nizza e la capitale Torino. Infatti le città più colpite sono punti intermedi della route: Savigliano (354 casi), Cavallermaggiore (204 casi) e Racconigi (434 casi) raggiungono da sole il 65% dei contagi dell'intera provincia.

Per contro, in Saluzzo-città si contano 84 contagi e nei paesi circostanti poche decine in tutto. Non sono toccate le vallate e le colline, salvo 3 casi isolati in un casolare di Rossana.

Come possibile spiegazione si citano il clima salubre del Saluzzese, l'aria pura e ventilata, la ricchezza di acque limpide e correnti, "il vitto di buona qualità ed in generale, massime nel pian paese, di modico prezzo". Si osserva invece che le vittime provengono in genere da siti malsani, umidi o paludosi, da abitazioni a piano terra o sovraffollate e da famiglie numerose, indigenti e malnutrite.

Tuttavia, "pur troppo nissuno dei rimedj usati dall'arte si poté propor-

re, onde venir adottato come specifico, annoverandosi guarigioni e morti con metodi totalmente opposti".

E suscita sconcerto l'annuncio del decesso per colera del dott. Boyer di

Marsiglia, autore di una "ricetta empirica-anticolerosa" a base di erba corallina, olio d'oliva, agro di limone, zucchero e acqua di fiori d'arancio, pubblicata dalla Gazzetta del Piemonte il 3 settembre 1835.

In effetti, prima che Robert Koch individuasse in Egitto e in India il vibrione del colera (1885), le ipotesi sulle cause della malattia erano varie e fantasiose, così come le cure praticate. Persisteva ad esempio la credenza secondo cui le persone di carattere bilioso fossero predisposte ad ammalarsi, derivando l'infezione dall'eccesso di bile bionda.

E così, per tutto il secolo si succedono violente ondate epidemiche. Quella del 1849 assale Venezia stremata dall'assedio degli Austriaci ed è concausa della sua resa (... il morbo infuria/il pan ci manca / sul ponte sventola bandiera bianca...)

A Torino, il morbo si ripresenta tra agosto e novembre 1854 colpendo migliaia di persone, specie delle classi più umili. Sono invece risparmiati tutti i ragazzi dell'Oratorio di don Bosco, offerti volontari per la rischiosa assistenza agli ammalati: miracolo della fede, della carità e del sereno pragmatismo del Santo, che "Per non tentare il Signore" impone l'uso abbondante e sistematico dell'aceto come disinfettante.

Pochi mesi dopo, a Saluzzo don Giovanni Battista Gorla fonda il suo "Pio ricovero" (futuro Istituto Gianotti) per raccogliere i bambini resi or-

fani dalla mortale malattia.

Anche l'epidemia del 1867, seppure nella sua

"coda", raggiunge il Piemonte; lo scrive ad agosto il re Vittorio Emanuele II, che da Firenze, la nuova capitale, si preoccupa per gli amici torinesi. Questa volta però sembra che i cittadini possano trovare un valido soccorso a portata di mano e di portafoglio: è il Fernet, prodotto dalla "Martini, Sola e C.ia" di Torino (attuale multinazionale "Martini & Rossi").

Lo testimoniano le lettere di ringraziamento di molti Sindaci dell'epoca, conservate nell'archivio della ditta. Il Sindaco di Donnaz, ad esempio, ringrazia per il dono di 20 bottiglie del rinomato liquore e dichiara "con soddisfazione" co-

me il suo consumo si sia rivelato "efficacissimo come preservativo e anticolerico". Uguale riconoscenza esprime il Sindaco di San Maurizio Canavese, mentre quello di Montjovet (Aosta) addirittura attesta che, dopo l'uso del Fernet, la circolazione del colera è cessata completamente nel suo Comune. E così via...

Provvidenzialmente, la ditta che produce il miracoloso liquore si è costituita a Torino nel 1863, quando il venditore Alessandro Martini, il liquorista ed erborista Luigi Rossi e il contabile Teofilo Sola hanno dato origine alla "Martini, Sola e C.ia", rilevando per 9000 lire le quote della "Distilleria Nazionale di Spirito di Vino all'uso di Francia", di cui erano dipendenti.

La prodigiosa bevanda

è un amaro, anzi un amarissimo, ad alta gradazione alcoolica e a base di spezie e di piante aromatiche quali rabarbaro, camomilla, tiglio... nel cui potere salvifico confidano tradizionalmente le popolazioni alpine.

Al proposito, lo stesso Eandi nella sua "Statistica" aveva osservato che "gli alpigiani commettono per lo più alla Provvidenza la cura delle loro

malattie, ma sono soliti usare in infusione alcune piante aromatiche e diaforetiche, specie l'artemisia glacialis o genepi".

Sulle origini del nome e della ricetta del Fernet fioriscono le leggende. La più nota racconta come un chimico svedese di nome Vernet o Fernet, volontario nella guerra d'indipendenza del 1848-49, dopo la sconfitta si rifugiò a Pallanza a casa dello speciale e caffettiere Branca, lasciandogli poi per gratitudine la ricetta familiare di un "elisir di lunga vita". In realtà, il termine fernet deriverebbe semplicemente dal fer net, ossia il ferro pulito rovente usato per mescolare l'infuso.

Dunque, da metà 1800

in poi il Fernet è prodotto e commercializzato per le sue molteplici virtù terapeutiche, sotto marchi destinati a diventare storici come "Martini, Rossi e C.ia" di Torino, "Campari" e "Fratelli Branca" di Milano. Proprio a questi ultimi si deve la più celebre ed efficace pubblicità del prodotto, uscita nel 1877: "Il Fernet Branca estingue la sete, facilita la digestione, stimola l'appetito, guarisce le febbri intermittenti, il mal di capo, capogiri, mali nervosi, mal di fegato, spleen, mal di mare, nausea in genere. Esso è vermifugo-anticolerico".

In verità, la fortuna del Fernet come specifico anticolerico comincia ad appannarsi con il progredire della ricerca scientifica, cui corrisponde l'indebolirsi della virulenza delle ultime epidemie del secolo in Piemonte, quella del 1884 (che colpisce solo Cuneo e il Cuneese) e quella del 1893 (che sfiora appena Torino senza



diffondersi).

Appunto nel 1893 il prof. Costantino Gorini dell'Università di Pavia pubblica i risultati dei suoi rigorosi esperimenti

di laboratorio sui prodotti usati comunemente per depurare le acque contaminate, dichiarando nettamente che: "Sono assolutamente da rifiutarsi il Fernet Branca, il Ferrochina Bisleri e il Wermouth ... come correttivi di un'acqua sospetta. Sono raccomandabili invece l'anice, il mistrà (n.d.r.: distillato di anice verde e anice badiana, 42°) e il tamarindo ... mescolati all'acqua nella proporzione del 10% e lasciati in contatto con essa per 5/10 minuti".

Tuttavia, verso il volgere del secolo, la fama del Fernet rifiorisce grazie alla grande emigrazione piemontese verso le Americhe. Ritenuto efficace rimedio contro il mal di mare, che certo con i suoi 45° aiuta a dimenticare..., il liquore non manca mai nelle valigie o nei fagotti di chi si accinge alla traversata dell'oceano.

Ai primi del 1900, le bottiglie con la notissima etichetta dell'aquila sono addirittura una delle importazioni principali dell'Argentina, mentre a Buenos Aires si tenta la produzione di surrogati locali chiamati nostalgicamente Fernet Manzoni o Fernet Cavour.

Intanto, nella sua terra d'origine, l'amaro mantiene un'ottima posizione di mercato come digestivo-toccasana.

Sorseggiato regolarmente a fine pasto o aggiunto estemporaneamente alle ricette tradizionali, come quella del bunet, diventa un must della cucina matriarcale del tempo.

anna maria faloppa



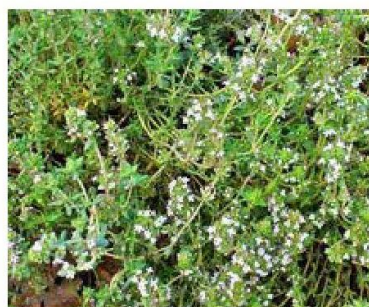
Bunet



Anice verde



Anice badiana



Timo



Artemisia

Ferdinando Arnò, dalla scoperta di Malika con uno spot al premio Tenco 2022: "I jingle sono come bonsai. Un mondo d'oro racchiuso in 30 secondi"

LINK: https://www.repubblica.it/dossier/spettacoli/la-mia-auto-suona-il-rock/2022/07/19/news/musica_pubblicita_intervista_musicista_ferdinando_arn...



Ferdinando Arnò, dalla scoperta di Malika con uno spot al premio Tenco 2022: "I jingle sono come bonsai. Un mondo d'oro racchiuso in 30 secondi" di Katia Riccardi Compositore, arrangiatore e produttore discografico, è il più grande maestro italiano di "réclame". Suoi gli spot per Barilla, Tim, Sky o Coca-Cola: "Seguo le emozioni. Ma ora vorrei solo che i ragazzi con la musica riuscissero a ritrovare l'attivismo" 19 Luglio 2022 alle 10:01 3 minuti di lettura Bonsai. Piccole opere d'arte. Ferdinando Arnò parla scegliendo le parole con cura. Solo qualche ora fa, il 12 luglio, ha vinto il Premio Tenco per l'Album collettivo a progetto ottenuto con The Gathering (Quiet). Un riconoscimento di cui è fiero. Arnò è anche il più grande maestro di jingle italiano. Sue tra le altre, le musiche per Barilla (Roger Federer e Chef Davide Oldani), Tim (All Together Now), **Fernet**

Branca, Armani o Aperol, Vodafone e Nike, Nespresso, Coca-Cola e Tic Tac, Sky ("Toy" con Robin Williams). "Seguo le emozioni", dice. E vibra. Arnò si muove insieme alla luce o alle foglie che lo circondano in Puglia dove vive. Da quelle con cui ha danzato, letteralmente, per produrre il suo ultimo album, a quelle minuscole che vede germogliare sulle pubblicità che firma. Riduttivo chiamarle così. Più bello come le chiama lui, réclame. Nato a Manduria nel 1959, Arnò è sorprendente. Sue le colonne sonore di ciò che ricordiamo senza conoscerne l'origine. "I jingle sono bonsai. Anche lo spot è un piccolo film d'autore. Tutto racchiuso in trenta secondi", continua. E i suoi trenta secondi sono stati in grado di cambiare vite. Come quella di Malika Ayane. Nel 2007 la sua voce per la campagna Saab 9-3 la lancia oltre il piccolo spazio pubblicità, fuori dalla

palla di vetro. "Sospesa l'abbiamo fatta in tre ore. Avevo in mente una piccola melodia, tre frasi in inglese ma poi non riuscivo a trovarci un testo. Le ho detto 'proviamo con un vocalizzo'. Forse lei mi 'odia' ora, ma il vocalizzo è proprio la sua cifra stilistica". E così nel 2010 ha prodotto anche il secondo album di Malika, Grovigli, a cui hanno partecipato Paolo Conte, Alexander Balanescu, Vince Mendoza, Cesare Cremonini. Foglie intrecciate. Il regista Riccardo Grandi: "La mia generazione cresciuta facendo pause pop. E canticchiando" di Katia Riccardi 13 Luglio 2022 Di Arnò il rap Ga el Suv (Skoda Yeti) o il tormentone Gran Soleil per Ferrero, che gli piace "perché lo canticchiano i bambini". E soprattutto il riadattamento di Here Comes the Sun di George Harrison per Allianz. "Quello è stato un colpo mondiale",

sorride. Le foglie si spostano applaudendo. "Harrison non aveva mai concesso un brano. Quando cercammo di comprare i diritti del pezzo gli eredi dissero di no. Trovammo un escamotage allora, donare tutto in beneficenza". Non c'è un confine etico, non c'è arte figlia di un dio minore. "Io sono specializzato in musica per immagini ed è quella la mia ispirazione. La colonna sonora è musica in funzione di qualcosa. Inscindibile dalle emozioni e racchiusa nel piccolo tempo di una réclame". "Il premio maggiore è stato l'Ever forever. Insomma quello che si poteva vincere l'abbiamo vinto. Ma non è solo questo, è lavorare con grandi artisti. Per Barilla Noa ha rifatto per me la musica di Piovani per la Vita è bella", continua. Non c'è il diavolo nella pubblicità ("Se mi chiedono di fare uno spot per l'Ilva non lo faccio"). Arnò ha collaborato con Salvatores, Gondry, Singh, Spike Lee, Garrone, Crialesse, Sorrentino. Ha vinto anche un Leone di Bronzo a Cannes per la musica dello spot Telecom Gandhi (2004) o il Mezzo Minuto d'Oro per Bmw e per la campagna Tim, nota grazie alle mosse irresistibili del ballerino tedesco Sven Otten. Rifiuti mai. "Solo nel caso mi chiedessero di copiare qualcuno". "La cosa

più terribile è l'aver sentito le mie canzoni nelle segreterie telefoniche dei call center. Mi mettono in attesa e sono costretto ad ascoltarmi a ripetizione, è una vendetta che non merito...", ma Arnò sa di essere finito nel girone giusto. "Sono stato al festival bar con una cantante inglese con la quale avevo lavorato per Algida. Trenta secondi ed era entrata in classifica. Ci invitarono ma il gruppo non esisteva, così andammo con una fake band tra l'altro ottima". "Non c'è niente di male in quello che faccio. Mi rompo le palle solo quando è troppo, sono normale anche io", dice. E aggiunge: "Io sono felice quando sento musica quasi triste. Il problema ora sono i big data, vieni analizzato e ti dicono che devi fare, ma in un mondo così Morricone non sarebbe mai esistito. La ribellione si trova anche lì, nel pensare che la musica non debba essere sempre un crescendo gioioso, ma magari romanticismo, la saudade". Andrebbe tutto molto meglio. Vincere il Tenco gli ha riempito il cuore. "Come Forrest Gump ho detto, facciamo il Tenco, e l'ho fatto davvero", conclude seduto in un bar circondato da suoni, rumori che non lo disturbano. "Ho approfittato del Covid per andare a vivere al sud dove ho una casa in Puglia. Ho

seguito tutte le emozioni che provavo partendo dalla natura e le ho convertite in musica passando attraverso la pelle. Ho suonato con le foglie del vino Primitivo, ho dialogato con la mia terra. Ho tradotto in musica tutto ciò che è vibrazione. Partendo dall'idea del Tenco ho cercato di realizzare qualcosa con il ritmo di Alfio Antico, percussionista siciliano, ex pastore, autore di Trema la terra. Ho cercato di abbinarlo come nella moda a influenze di tutti i tipi e provenienti da tre continenti diversi". "Ho 63 anni, ho il parkinson, vivo in un paese con la più alta percentuale di tumori alla tiroide in Italia" dice ancora. Per migliorare un po' di mondo possono bastare trenta secondi. Come diceva Coco Chanel "la mattina quando esci da casa guardati allo specchio. E togli ti qualcosa". Perché oggi si cammina sui vetri. Arnò vorrebbe che la musica riuscisse ad essere una forma di attivismo. Vorrebbe che chiudessero l'Ilva e vietassero la caccia. Vorrebbe che i ragazzi posassero i cellulari per aver le mani libere di muoversi nell'aria davanti a un palco. Vorrebbe che vibrassero, come foglie.

I libri ispiratori di serie tv di successo da leggere questa estate

LINK: <https://www.iconmagazine.it/eventi/i-libri-ispiratori-di-serie-tv-di-successo-da-leggere-questa-estate/>



Dai fantasy dai risvolti comici di Neil Gaiman alle trame di talenti complicati di Walter Tevis, ecco le letture per le vacanze. Dai fantasy epici ormai cult di George R.R. Martin, in attesa del sesto attesissimo capitolo delle Cronache del ghiaccio e del fuoco, passando per le trame di torri, alfieri e talenti complicati di Walter Tevis, scrittore alcolista de La regina degli scacchi. L'estate è la stagione ideale per leggere le storie originali che hanno ispirato le puntate che hanno accompagnato i nostri inverni. Ecco i libri alla base di serie tv di successo da leggere in vacanza. Il mondo distopico di Margaret Atwood Donne Ancelle schiavizzate come portatrici di utero capaci di procreare figli altrui, Occhi che segretamente osservano scovando i ribelli, Nondonne che in quanto non fertili o troppo anziane per lavorare vengono eliminate. Il terribile regime teocratico totalitario della

serie tv The Handmaid's Tale di Tim Vision con protagonista Elisabeth Moss, che risuona di qualcosa di sinistro, tagliente eppure non così irreale, si basa sul romanzo distopico del 1985 Il racconto dell'ancella di Margaret Atwood, scrittrice canadese 82enne, acuta osservatrice della realtà occidentale. I testamenti del 2019 è il libro sequel de Il racconto dell'ancella. Da leggere in attesa della quinta stagione della serie che uscirà a settembre. Foto: Tim Vision Un'immagine dalla quinta stagione di "The Handmaid's Tale" Bridgerton dai romanzi di Julia Quinn Da una parte Julia Quinn, pseudonimo di Julie Pottinger, scrittrice statunitense che mentre studiava Medicina si accorse che preferiva scrivere romanzi Regency, ora autrice di decine di libri pluripremiati e tradotti in più di 40 lingue. Dall'altra Shonda Rhimes, l'imperatrice delle serie tv,

produttrice di Grey's Anatomy, Scandal, How to Get Away with Murder, eccetera eccetera. Da questo incontro è nata la serie tv Netflix del momento, Bridgerton, ambientata nel mondo dell'alta società durante la Reggenza inglese, riletta con sguardo femminista e illuminato (i neri rivestono posizioni importanti nella gerarchia aristocratica). Sono otto i romanzi della serie Bridgerton: Il duca e io, Il visconte che mi amava, La proposta di un gentiluomo, Un uomo da conquistare, A sir Philip con amore, Amare un libertino, Tutto in un bacio, Il vero amore esiste. Cr. Liam Daniel/Netflix © 2022 Simone Ashley e Jonathan Bailey nella seconda stagione di "Bridgerton" Giocando a scacchi con Walter Tevis Dietro gli occhioni indagatori di Anya Taylor-Joy, nei panni di una problematica ragazza dai capelli rossi e dagli abiti retrò, imbattibile davanti alla scacchiera, c'è il talento

di Walter Tevis, scrittore americano alcolista morto nel 1984 che ha raccontato realtà poco conosciute, come gli scacchi e il biliardo, e scritto solo sei romanzi, ma ben quattro di questi hanno trovato trasposizione in film o serie tv. Ecco quindi i film *Lo spaccone* con Paul Newman, *L'uomo che cadde sulla Terra* con David Bowie, *Il colore dei soldi* con Tom Cruise e Newman, fino a *La regina degli scacchi*, la miniserie tv Netflix che ha conquistato tutti. *La regina degli scacchi* (titolo originale *The Queen's Gambit*), pubblicato nel 1983, è uno dei libri più personali di Tevis: la vita faticosa di Beth Harmon, la protagonista interpretata da Anya Taylor-Joy, rispecchia molto la sua, che a nove anni, in seguito a una malattia cardiaca reumatica, fu messo in una casa di cura e sedato a suon di fenobarbital. In un'intervista al *New York Times* disse: «Scrivo di perdenti e solitari: se c'è un tema comune nel mio lavoro, è quello». Una curiosità: il maestro di scacchi Bruce Pandolfini è stato il consulente di Tevis prima della pubblicazione de *La regina degli scacchi* e, trentotto anni dopo, anche consulente dell'adattamento in serie tv. Cr. Phil Bray/Netflix © 2020 Anya Taylor-Joy e Marcin

Doroci?ski ne "La regina degli scacchi" I vecchini ficcanaso di Marco Malvaldi Tra una briscola, un bicchiere di **Fernet** e tanti pettegolezzi in vernacolo toscano, i quattro alacri vecchietti che si ritrovano al Bar Lume, nel paesino di Pineta, sulla costa toscana dalle parti di Livorno, mettono il naso con ostinazione in ogni mistero e delitto, guidati dal barista filosofo. Nati dalla fantasia dello scrittore pisano Marco Malvaldi, sono protagonisti anche della serie tv Sky *I delitti del BarLume* che si ispira ai romanzi, diretta da Roan Johnson, con protagonisti Filippo Timi e Lucia Mascino. L'ultima storia trasmessa, *A bocce ferme*, è liberamente tratta dall'omonimo romanzo di Malvaldi. Buona *Apocalisse a tutti!* con Michael Sheen Michael Sheen è un angelo viziato, David Tennant un demone sregolato: i due si sono appassionati così tanto alla vita sulla Terra che tessono un'improbabile alleanza per fermare la fine del mondo e *l'Anticristo*, un inconsapevole ragazzino di 11 anni di cui si sono perse le tracce. Questa l'essenza della giocosa miniserie Amazon diretta da Douglas Mackinnon *Good Omens*, di cui è in arrivo un'attesa seconda stagione. A ispirazione il romanzo bestseller internazionale *Buona Apocalisse a tutti!*

del 1990, scritto a quattro mani dal compianto Terry Pratchett e da Neil Gaiman, commedia metafisica sull'avvento dell'Apocalisse fra suggestione fantasy e Bibbia, tra umorismo ed erudizione. La nuova stagione esplorerà trame che vanno oltre il materiale originale, come ha detto l'autore e co-showrunner Gaiman, che aveva sceneggiato anche la prima stagione: «La storia che io e Terry Pratchett abbiamo creato tanti anni fa continua a portarci dalla londinese Soho, al Paradiso e all'Inferno. È un piacere per me riportare in vita personaggi che abbiamo amato (o odiato) e introdurre di nuovi». Il fumettista e scrittore britannico è autore anche del romanzo fantasy del 2001 *American Gods*, già diventato serie tv distribuita da Prime Video, battaglia tra nuovi e vecchi dèi capitanati dal dio nordico Odino, e di *I ragazzi di Anansi*, fantasy del 2005 ambientato nella Londra contemporanea in cui un grigio impiegato scopre di essere figlio del dio-ragno africano Anansi, anche questo adattato in serie tv, *Anansi Boys* (con Malachi Kirby e Whoopi Goldberg), in arrivo su Prime. Credits: Amazon Michael Sheen e David Tennant nella prima stagione di "Good Omens" George R.R. Martin sul

trono del fantasy Prolifico, immaginifico, guru del fantasy, George R.R. Martin disegna trame in cui perdersi, tra nevi spruzzate da bocche di fiamme, draghi che sono fuoco divenuto carne, battaglie perenni e passioni proibite. Impossibile non conoscere la sua celebra saga di romanzi Cronache del ghiaccio e del fuoco, ancora più difficile da immaginare che qualcuno non conosca la serie tv che ha ispirato, ormai fenomeno di culto, Il Trono di spade, otto stagioni di intrighi e giochi di potere per la conquista del Trono di Spade dei Sette Regni, concluse epicamente nell'aprile 2019. Per chi non avesse ancora letto ciò da cui tutto deriva, è questo il momento perfetto, per un'estate di fuoco e ghiaccio. Cronache del ghiaccio e del fuoco è composto da cinque libri: Un gioco di troni (titolo originale A Game of Thrones, 1996), Uno scontro di re (A clash of kings, 1999), Una tempesta di spade (A Storm of swords, 2000), Un banchetto per i corvi (A feast for crows, 2005), Una danza con i draghi (A dance with dragons, 2011). In attesa del sesto romanzo che i fan bramano più di una pioggia in siccità, a cui lo scrittore statunitense sta lavorando da anni, impresa monumentale che sembra

non finire mai: The winds of winter (traduzione letterale I venti dell'inverno). libri serie tv

How To Make A Perfect Negroni, An Easy Drink You Can Definitely Master

LINK: https://www.huffpost.com/entry/how-to-make-a-negroni_l_62c83b58e4b0d7401982e5ba



How To Make A Perfect Negroni, The Easy Drink You Can Definitely Master
The best type of gin to buy and the one ingredient you should splurge on. By Lia Picard On Assignment for HuffPost Jul 13, 2022, 05:45 AM EDT SAVE The Washington Post via Getty Images A Negroni photographed at Urbana in Washington, DC. The Negroni is a three-ingredient cocktail, made with equal parts gin, Campari and sweet **vermouth**. And according to Joshua Scheid, the bar manager of Rex at the Royal in Philadelphia, the recipe works really well as-is, but is also easy to tinker around with and execute at home. There are a few keys to getting it right. First, like any recipe, you have to start with high-quality ingredients. Gin The world of gin is wide, with varying botanicals and spices, but the traditional type of gin used in a Negroni is London dry, known for its piney flavor profile.

Advertisement "Because the other ingredients, especially the Campari, are bombastic, I think you need the heavy juniper presence to make that gin stand up," said Sean Umstead, co-owner of Kingfisher in Durham, NC. "So for me it's Beefeater or Tanqueray that just really shines in the Negroni." Of course, it's all a matter of preference. Scheid, for example, prefers to use American gins. "I find that they tend to be a little bit more adventurous in the botanicals. And whenever possible, I like using local stuff, both in my home bar and behind the bar where I work," he said. For the Philly-based cocktail pro, that's Bluecoat Gin -- but wherever you're located, a local gin is going to give the cocktail a sense of place. Campari This one is inflexible -- it's not a Negroni without Campari. The brilliant red Italian liqueur is an aperitif made with a blend of spices and herbs and gives the Negroni

its bitterness. "It's the bright grapefruit, orangey, bitter component that gives the drink that ... quenches-your-thirst kind of thing," Umstead said. While Campari is generally thought of as an aperitif, Umstead believes it can be enjoyed any time --it's bitter and sweet, and it's boozier than other aperitifs. Advertisement Arnold Jerocki via Getty Images The bold red color of Campari is unmistakable in a Negroni. If you do want to experiment with a substitution, Scheid likes to use Faccia Brutto's aperitivo. The Brooklyn-based brand's liqueur harkens to Campari with its red hue and bitterness, but incorporates orange peels, giving it a really citrusy flavor. **Vermouth Vermouth** is one Negroni ingredient worth splurging on, Scheid said. "Because for me, what really makes a Negroni so excellent is the sort of luxurious richness of it. And that's what you get from the sweet **vermouth**

specifically," Scheid said. An option that exemplifies that richness is Carpano **Antica Formula**, a sweet Italian **vermouth**, he added. Melissa Watson, the self-proclaimed "Negroni Queen" who works at Bitters & Bottles in South San Francisco, particularly enjoys sipping a Negroni in the afternoon. While some might play around with the ratios of the components (i.e. bump up the amount of gin to make it a little boozier), she likes to keep them equal. "That means the **vermouth** has to keep up its part of the equation," Watson said. One **vermouth** that she'll reach for is Cocchi **Vermouth** di Torino, which has a nice earthiness to it, she explained. "I like a pretty earthy, good sense of bittersweetness in my **vermouth**," she said. A **vermouth** that Watson doesn't like in her Negroni, though? Dolin Rouge, a red **vermouth** that's just too light-bodied for her taste. Advertisement Technique Once you have your spirits selected, it's time to make the drink. Because the Negroni is a drink made with just alcohol (no juice or syrups), it's stirred, never shaken. "Stirring preserves the integrity of the oil content in the spirits," Scheid said. "So that results in a more rich, silky mouthfeel that coats your mouth as it goes in.

And that's really what you want from a Negroni." Stir the ingredients in a glass -- you could get fancy and use a cocktail mixing glass, if you'd like, but any glass will do. Pour in the spirits in equal parts and add ice so that it's above the line of the liquid. "Then use a spoon - the bartender technique is you keep the back of the spoon flush against the mixing vessel - and spin that around so that the back of the spoon is always in contact with the inside of the glass," Scheid explained. "You aren't really agitating the ice back and forth, the ice is its own kind of sculpture that's rotating in entirety through the liquid." Then you'll strain it into a glass with ice. You could use the ice in your freezer, but an ice cube tray will make uniform cubes or bigger cubes that will take less time to melt, so there's less time to dilute your drink. Watson will also sometimes build the Negroni in the glass she's drinking it from. Put the ice and ingredients in the drinking glass, stir, and let it sit for a moment to dilute and chill. "It feels special, but it doesn't have to be fussy. You can just fill a glass with ice and pour," Watson said. Don't forget to garnish the drink with an orange peel. Use a peeler or a paring knife to cut off some peel (try not to get

the pith) and then express the orange oil over the drink. "Expressing" sounds fancy, but all you're doing is squeezing the peel over the drink so that oils drop on top. Rub it around the rim of the glass and then plop it in the drink. Advertisement

Opificio Fred in tour per l'Europa per rivoluzionare il mondo degli spirits e della mixology

LINK: <https://www.joyfreepress.com/2022/07/14/357873-opificio-fred-in-tour-per-leuropa-per-rivoluzionare-il-mondo-degli-spirits-e-della-mixology/>



14 Lug 2022 | - Un mese di tour per Federico Cremasco, titolare di Opificio Fred, per far conoscere un nuovo concetto di drink attraverso Austria, Slovakia, Ungheria e Slovenia e Croazia, per stupire barman, professionisti e pubblico, alla scoperta di nuove esperienze sensoriali con le ultime creazioni made in Friuli. Può un produttore di liquori essere equiparabile a una rockstar? La risposta è sì quando si parla dell'alchimista Federico Cremasco, titolare di Opificio Fred, realtà friulana specializzata nella realizzazione di spirits artigianali. Con il suo camice bianco si prepara a un tour che in luglio toccherà diverse tappe, coinvolgendo Austria, Slovakia, Ungheria e Slovenia e Croazia, per stupire barman, professionisti e pubblico, alla scoperta di nuove esperienze sensoriali con le ultime creazioni made in Polcenigo, in provincia di Pordenone, appartenente

alla rete dei borghi più belli d'Italia, dove in un'oasi paesaggistica dichiarata Patrimonio Unesco prendono vita le sue creazioni. Protagoniste saranno due compilation di gusto e creatività, capaci di far girare la testa e non solo per le gradazioni alcoliche. Si tratta della nuova linea Fred Alkemil, la gamma di liquori pensata per i professionisti della mixology, un settore alla costante ricerca di nuove basi e prodotti per la creazione di esperienze sensoriali uniche. Il nome riporta all'Alchemilla, pianta amata dagli alchimisti che utilizzavano la rugiada che si depositava sulla superficie delle foglie per ricercare la Pietra Filosofale e per preparare l'Elisir di lunga vita. Realizzata, artigianalmente con botaniche friulane e in quantità limitata, seguendo un'antica ricetta del XIX secolo, la nuova linea di liquori è composta dal Curaçao Imperiale, Rosolio di Bergamotto, Crème de

Cassis, Ratafia alla ciliegia, Maraschino, Creme Violette, Liqueur Peach e Alchermes. L'altra, sempre in tour, è un evergreen e sempre nella top ten: Fred Jerbis, la sua linea di spirit artigianali composta da Gin, Vermut, Bitter **Fernet** e Amaro che continua a riscattare un crescente successo sia sul mercato italiano che internazionale, grazie alla filosofia produttiva che esalta il patrimonio botanico del territorio raccontando al mondo l'autenticità del Friuli Venezia Giulia e dell'Italia. Un personaggio, Federico Cremasco, da non perdere come i suoi prodotti, perché sono quegli incontri che lasciano il segno, in Italia come in ogni Paese in cui si ha la fortuna di incontrare lui e i suoi prodotti. È un produttore artigianale di spirit con sede a Polcenigo (PN), in Friuli Venezia Giulia. L'azienda, fondata da Federico Cremasco, ha esordito nel 2014 con la linea Fred Jerbis e in particolare con il lancio di

Gin 43, Vermut 25 e Bitter 34, tritico liquoroso che racchiude gli ingredienti del famoso cocktail negroni. Valorizzazione del territorio, studio della tradizione e desiderio di sperimentare sono i tre perni che orientano l'attività di Opificio Fred, capace di conquistare in pochi anni l'attenzione del mondo della mixology, sia in Italia che all'estero. Con il lancio della nuova linea di liquori Fred Alkemil l'azienda ha rafforzato ancora di più il proprio legame con bartender ed esperti di mixology alla ricerca di nuove basi e ingredienti per i propri cocktail.

How To Make A Perfect Negroni, An Easy Drink You Can Definitely Master

LINK: https://www.huffingtonpost.co.uk/entry/how-to-make-a-perfect-negroni_uk_62cecc85e4b0942327830980



How To Make A Perfect Negroni, The Easy Drink You Can Definitely Master
The best type of gin to buy and the one negroni ingredient you should splurge on. By Lia Picard On Assignment for HuffPost 14/07/2022 05:00am BST The Washington Post via Getty Images A Negroni photographed at Urbana in Washington, DC. The Negroni is a three-ingredient cocktail, made with equal parts gin, Campari and sweet **vermouth**. And according to Joshua Scheid, the bar manager of Rex at the Royal in Philadelphia, the recipe works really well as-is, but is also easy to tinker around with and execute at home. There are a few keys to getting it right. First, like any recipe, you have to start with high-quality ingredients. Gin The world of gin is wide, with varying botanicals and spices, but the traditional type of gin used in a Negroni is London dry, known for its piney flavour profile.

Advertisement "Because the other ingredients, especially the Campari, are bombastic, I think you need the heavy juniper presence to make that gin stand up," said Sean Umstead, co-owner of Kingfisher in Durham, NC. "So for me it's Beefeater or Tanqueray that just really shines in the Negroni." Of course, it's all a matter of preference. Scheid, for example, prefers to use American gins. "I find that they tend to be a little bit more adventurous in the botanicals. And whenever possible, I like using local stuff, both in my home bar and behind the bar where I work," he says. For the Philly-based cocktail pro, that's Bluecoat Gin - but wherever you're located, a local gin is going to give the cocktail a sense of place. Campari This one is inflexible -- it's not a Negroni without Campari. The brilliant red Italian liqueur is an aperitif made with a blend of spices and herbs and gives the Negroni

its bitterness. "It's the bright grapefruit, orangey, bitter component that gives the drink that ... quenches-your-thirst kind of thing," Umstead says. While Campari is generally thought of as an aperitif, Umstead believes it can be enjoyed any time --it's bitter and sweet, and it's boozier than other aperitifs. Advertisement Arnold Jerocki via Getty Images The bold red color of Campari is unmistakable in a Negroni. If you do want to experiment with a substitution, Scheid likes to use Faccia Brutto's aperitivo. The Brooklyn-based brand's liqueur harkens to Campari with its red hue and bitterness, but incorporates orange peels, giving it a really citrusy flavor. **Vermouth Vermouth** is one Negroni ingredient worth splurging on, Scheid says. "Because for me, what really makes a Negroni so excellent is the sort of luxurious richness of it. And that's what you get from the sweet **vermouth**

specifically," Scheid says. An option that exemplifies that richness is Carpano **Antica Formula**, a sweet Italian **vermouth**, he adds. Melissa Watson, the self-proclaimed Negroni Queen who works at Bitters & Bottles in South San Francisco, particularly enjoys sipping a Negroni in the afternoon. While some might play around with the ratios of the components (i.e. bump up the amount of gin to make it a little boozier), she likes to keep them equal. "That means the **vermouth** has to keep up its part of the equation," Watson said. One **vermouth** that she'll reach for is Cocchi **Vermouth** di Torino, which has a nice earthiness to it, she explains. "I like a pretty earthy, good sense of bittersweetness in my **vermouth**," she says. A **vermouth** that Watson doesn't like in her Negroni, though? Dolin Rouge, a red **vermouth** that's just too light-bodied for her taste. Advertisement The right negroni technique Once you have your spirits selected, it's time to make the drink. Because the Negroni is a drink made with just alcohol (no juice or syrups), it's stirred, never shaken. "Stirring preserves the integrity of the oil content in the spirits," Scheid says. "So that results in a more rich, silky mouthfeel that coats your mouth as it goes

in. And that's really what you want from a Negroni." Stir the ingredients in a glass - you could get fancy and use a cocktail mixing glass, if you'd like, but any glass will do. Pour in the spirits in equal parts and add ice so that it's above the line of the liquid. "Then use a spoon - the bartender technique is you keep the back of the spoon flush against the mixing vessel - and spin that around so that the back of the spoon is always in contact with the inside of the glass," Scheid explains. "You aren't really agitating the ice back and forth, the ice is its own kind of sculpture that's rotating in entirety through the liquid." Then you'll strain it into a glass with ice. You could use the ice in your freezer, but an ice cube tray will make uniform cubes or bigger cubes that will take less time to melt, so there's less time to dilute your drink. Watson will also sometimes build the Negroni in the glass she's drinking it from. Put the ice and ingredients in the drinking glass, stir, and let it sit for a moment to dilute and chill. "It feels special, but it doesn't have to be fussy. You can just fill a glass with ice and pour," Watson says. Don't forget to garnish the drink with an orange peel. Use a peeler or a paring knife to cut off some peel (try not to get

the pith) and then express the orange oil over the drink. "Expressing" sounds fancy, but all you're doing is squeezing the peel over the drink so that oils drop on top. Rub it around the rim of the glass and then plop it in the drink. Advertisement More On Cocktails It's Settled: This Is The Best Way To Make A Margarita Bottoms Up, These Are The 50 Best Cocktail Bars In The UK 16 Hacks To Totally Blitz That Summer Hangover From Hell

Brockmans Gin propone i cocktail ideali per l'estate

LINK: <https://horecanews.it/brockmans-gin-propone-i-cocktail-ideali-per-lestate/>

Brockmans Gin propone i cocktail ideali per l'estate. L'estate è sempre un buon momento per dedicarsi un drink rinfrescante, come aperitivo o after dinner. Ecco allora qualche suggerimento di Brockmans Gin per degustare i migliori cocktail a base gin, facili da preparare anche a casa. Alcolici Cocktails Redazione 5 - 12 Luglio 2022 Brockmans è un Gin ultra-premium, fondato nel 2008 con l'obiettivo di offrire una nuova esperienza di degustazione. Nato da nobili tradizioni, rivisitate in un gusto unico, audace e morbido, è noto per il suo distillato realizzato con botaniche speciali provenienti da tutto il mondo e attraverso uno scrupoloso processo di distillazione. Il risultato è un Gin caratteristico e complesso, incredibilmente morbido, che può essere degustato oltre che liscio anche in una varietà di cocktail. Per l'estate 2022 Brockmans Gin ne suggerisce cinque: rinfrescanti, sorprendenti e facili da preparare anche a casa. Gimlet elegante e profumato per il suo gusto aromatico Perfetto come aperitivo, rinfrescante e profumato, un drink leggendario Ingredienti:

• 60 ml Brockmans Gin
• 15 ml di succo di lime fresco
• 7-15ml di sciroppo di zucchero
• una fetta di lime per guarnire
Metodo Versare 60 ml di Brockmans Gin, 15 ml di lime appena spremuto e 7-15 ml di sciroppo di zucchero in uno shaker con una manciata di ghiaccio e mescolare. Versare in un bicchiere ghiacciato a stelo. Servire con una scorza di lime. Cosmopolitan inimitabile e spesso il favorito Uno tra i cocktail più amati in tutto il mondo, fruttato e delizioso, con Brockmans Gin ancora più esaltante. Ingredienti:
• 35 ml Brockmans Gin
• 15 ml Cointreau
• 15 ml succo di lime fresco
• 30 ml succo di mirtillo fresco
• una fetta di lime per guarnire
Metodo Aggiungere 35 ml di gin Brockmans, 15 ml di Cointreau, 15 ml di succo di lime fresco, 30 ml di succo di mirtillo rosso fresco e una manciata di ghiaccio in uno shaker. Shakerare e versare in un bicchiere a stelo. Servire con una scorza di lime. The properly dangerous Lison audace, frizzante, irresistibile Unisci alla morbidezza di Brockmans Gin, il tocco fresco e brillante del succo di limone e la straordinaria

effervescenza dello spumante, insieme all'irresistibile sapore della crème de Cassis. Ingredienti:
• 45 ml di Brockmans Gin
• 75 ml di spumante a tua scelta
• 15 ml di succo di limone
• 10 ml crème de Cassis
• 5 ml sciroppo di zucchero
Metodo Unire tutti gli ingredienti in uno shaker aggiungendo il ghiaccio, eccetto lo spumante e la crème de Cassis. Shakerare e versare in un flute da champagne, aggiungere lo spumante, quindi versare sopra la crème de Cassis. Guarnire con una scorza di limone. Summer Negroni versione estiva, semplice e innovativa Una nuova versione estiva del classico Negroni, freschissimo con i lamponi frullati e un ice ball, mixati perfettamente allo spirito properly - improperly di Brockmans Gin. Ingredienti:
• 50 ml Brockmans Gin
• 25 ml Antica Formula
• 25 ml Aperol
• 4 lamponi
• guarnire con buccia d'arancia
Metodo Per il Negroni estivo, frullare 4 lamponi e metterli in uno shaker, aggiungere il ghiaccio e tutti gli altri ingredienti. Shakerare fino a raffreddamento. Versare in un tumbler basso, sopra

la ice ball. Guarnire con una fetta di arancia. Brockmans Bramble espressione del gin ricco e corposo Gusto fresco e morbido da guarnire con mirtilli Ingredienti: ·
40 ml Brockmans Gin ·
20 ml succo di limone ·
15 ml sciroppo di zucchero ·
15 ml creme de Mure ·
mirtilli per decorare Metodo Riempiere il bicchiere con i cubetti di ghiaccio. In uno shaker mettere 40 ml di Brockmans Gin, 20 ml di succo fresco di limone spremuto, 15 ml di sciroppo di zucchero e una manciata di ghiaccio. Shakerare e versare nel bicchiere, aggiungere 15 ml di crème de Mure, guarnire con due mirtilli.

Veduggio - Martedì scorso l'artista marianese Renato Evaristo Perego ha decisamente esagerato

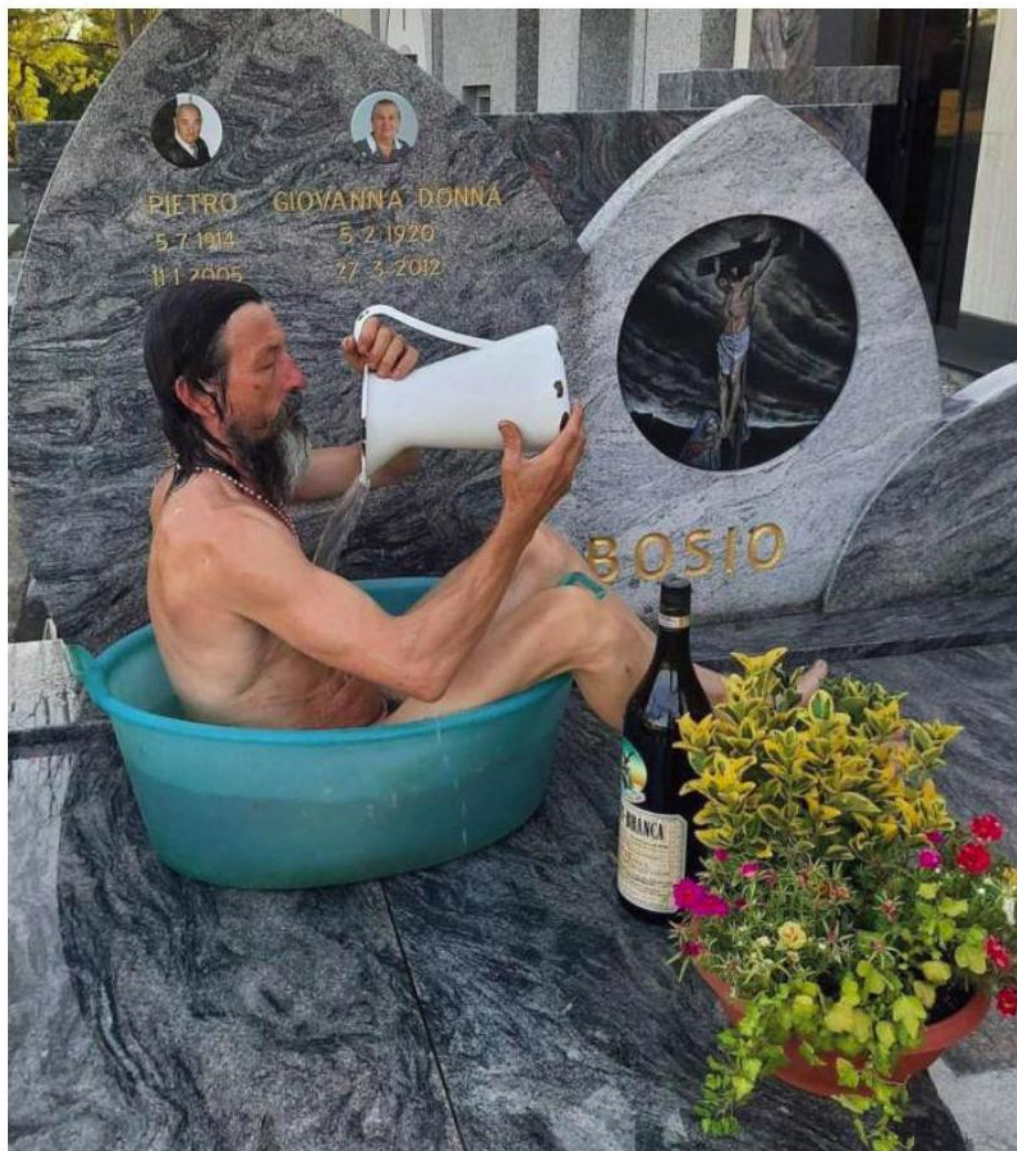
Si fa il bagno nudo sulla tomba del nonno La performance gli costerà una denuncia?

Ha deciso di festeggiare così il compleanno del nonno che riposa nel camposanto di via Verdi. Oggi, martedì, è stato convocato al comando della Polizia locale

VEDUGGIO (bvi) Bisogna ammetterlo: alcuni dei suoi happening, come lui li definisce, sono sicuramente interessanti espressioni artistiche, capaci pure di far riflettere. Ma quanto messo in scena in paese ha oltrepassato i limiti. Tanto da fargli rischiare ora una denuncia.

Martedì scorso, 5 luglio, Renato Evaristo Perego, classe 1962, artigiano della pietra con casa a Mariano Comense ma molto conosciuto nel nostro territorio per le sue battaglie a difesa del patrimonio storico-artistico oltre che per le sue performance singolari, ha pensato ad un modo quanto meno bizzarro per «festeggiare» il compleanno di nonno **Pietro** che riposa nel cimitero di via Verdi. Ha raggiunto la sua tomba, a poca distanza dall'ingresso principale del camposanto, e si è fatto un bel bagno rinfrescante in un catino appoggiato sul marmo, sorvegliando da una magnum d'amaro (**Fernet Branca**). Nudo come mamma l'ha fatto. Il tutto ripreso e pubblicato sulla sua pagina Instagram.

Troppo? Decisamente, da-



Renato Evaristo Perego, classe 1962, mentre si rinfresca, nudo, sulla tomba del nonno nel cimitero di via Verdi

ta la sacralità del luogo. Senza dimenticare l'inopportunità di mostrare le pudenda a chi si reca a pregare sulla tomba del proprio caro estinto, spesso con più di una primavera sulle spalle.

Quanto successo non poteva passare inosservato: è stato segnalato sia in Comune che agli agenti della Polizia locale che hanno convocato oggi, martedì, Perego in comando. Il maria-

nese rischia una denuncia per vilipendio delle tombe, reato previsto dall'articolo 408 del Codice penale oltre che una sanzione amministrativa per atti osceni in luogo pubblico.

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



Bardonecchia: alla scoperta del **Vermouth** e del Gin alla Tur d'Amun

LINK: <https://www.lagendanews.com/bardonecchia-alla-scoperta-del-vermouth-e-del-gin-alla-tur-damun/>



Bardonecchia: alla scoperta del **Vermouth** e del Gin alla Tur d'Amun Sabato 9 luglio alle ore 18,30 TOPICS: Bardonecchiaturvermouth Posted By: redazione 9 Luglio 2022 BARDONECCHIA Sull'onda del successo riscosso lo scorso anno, anche quest'anno la Pro Loco Bardonecchia, con il patrocinio della Civica Amministrazione, ripropone per l'estate 2022 al Parco Archeologico Tur d'Amun, quattro appuntamenti, con posti limitati e obbligo di prenotazione, dedicati a "Scoperta **Vermouth** e Gin: Esperienze in alta quota". Si inizia con "Esperienza **Vermouth**" in programma sabato 9 luglio alle ore 18.30 e in replica sabato 20 agosto 2022, organizzato in collaborazione con Esperienza **Vermouth**, il format ideato e condotto da Fulvio Piccinino, ideatore del progetto "Sapere Bere". Evento che attraverso un percorso divertente ed interattivo introduce alla scoperta o alla riscoperta

del ricercato e storico vino liquoroso prodotto a Torino nel 1786 ad opera di Antonio Benedetto Carpano, un distillatore ed erborista che, miscelando vino moscato con erbe aromatiche e spezie, inventò la formula utilizzata in seguito dalla categoria merceologica del **Vermouth**. A BARDONECCHIA QUATTRO APPUNTAMENTI ESTIVI ALLA SCOPERTA DEL **VERMOUTH** E DEL GIN Bevuto alla corte sabauda da re Vittorio Amedeo III, molto apprezzato da illustri personaggi, tra i quali Cavour, Giuseppe Verdi e Massimo D'Azeglio, che contribuirono a rendere questo vino prodotto regale e aristocratico, una sorta di statussymbol, tornato di moda in tempi recenti in particolare per produrre fantasiosi cocktail. Esperienza interattiva sensoriale che dopo una breve introduzione storica, corredata da aneddoti, curiosità, pubblicità vintage e immagini d'epoca, entra nel vivo con la degustazione

di tre **vermouth**, dodici piante aromatiche da tutto il mondo e dieci macerati alcolici di spezie ed erbe, ingredienti basilici per produrre il proprio **vermouth** da portarsi a casa in una bottiglietta con etichetta personalizzata a perenne ricordo dell'esperienza. A BARDONECCHIA Il tutto sotto la supervisione di Fulvio Piccinino, indiscusso maestro del settore, da anni impegnato in progetti di ricerca e rivalutazione del **vermouth** e in seminari per la diffusione di una consapevole e sana cultura del bere. Prezzo a persona: EUR 38,00. Gli organizzatori, essendo i posti limitati, consigliano di prenotarsi per tempo collegandosi a www.prolocobardonecchia.com Programma completo di "Scoperta del **Vermouth** e del Gin: Esperienze in alta quota": sabato 9 luglio ore 18:30-20:00 Esperienza **Vermouth**; sabato 23 luglio, 18:30 20:00 Esperienza Gin; sabato 20 agosto,

18:30- 20:00 Esperienza **Vermouth** e Sabato 27 agosto, 18:30-20:00 Esperienza Gin alle quali ci si può iscrivere sin d'ora. Per informazioni Pro Loco Bardonecchia, piazza Valle Stretta. Telefono +39 0122902612 Cellulare +39 3 5 1 6 4 4 9 3 3 0 info@prolocobardonecchia.com. NOTIZIE DELLA VALSUSA, VAL SANGONE E CINTURA DI TORINO Iscriviti alla nostra pagina Facebook L'Agenda News: clicca "Mi Piace" e gestisci impostazioni e notifiche in modo da non perderti più nemmeno una notizia! Segui e metti mi piace al canale YouTube L'Agenda News. Post Views: 173

Petros Papageorgiou è il nuovo Direttore generale di **Branca Distillerie**

LINK: https://www.mixerplanet.com/petros-papageorgiou-e-il-nuovo-direttore-generale-di-branca-distillerie_210552/



Petros Papageorgiou è il nuovo Direttore generale di **Branca Distillerie** Lug 8, 2022 Petros Papageorgiou entra in **Fratelli Branca Distillerie** Italia come Direttore generale con la responsabilità della gestione operativa per la quale risponderà al Presidente Niccolò **Branca**. Papageorgiou, già in Coca-Cola HBC Italia prima come Direttore Out of Home e poi come Direttore generale di Lurisia, storico marchio di acque minerali, entra in **Branca** per consolidare il posizionamento del gruppo e dei singoli brand, apportando un contributo di innovazione come leva di crescita degli iconici brand del gruppo, da **Fernet-Branca**, a **Brancamenta**, **Punt e Mes**, **Caffè Borghetti**, il Brandy **Stravecchio Branca**, la Grappa **Candolini**, il **Vermouth Antica Formula** e tutti gli altri prodotti Carpano. "Novare serbando - afferma Petros Papageorgiou - è esattamente ciò che mi propongo di fare. In piena

continuità con il motto del **gruppo Branca**, sono pronto a mettere le mie esperienze al servizio di uno storico gruppo del made in Italy che ha tutte le carte per continuare a primeggiare e crescere con tutti i suoi iconici prodotti".

SALITA IN TERRAZZA TAPAS CON VISTA

LINK: https://www.lastampa.it/torinosette/2022/07/08/news/salita_in_terrazza_tapas_con_vista-5433440/



TorinoSette Eventi Rubriche Obiettivo su Pop&Jazz Teatro Musica classica Cinema&TV In famiglia Appuntamenti Edicola SALITA IN TERRAZZA TAPAS CON VISTA A EATALY LINGOTTO il locale giù da guido si sposta all'aperto elena del santo 08 Luglio 2022 alle 07:52 2 minuti di lettura Bell'atmosfera (citando Ghali). Di quelle raffinate ma allo stesso informali, vagamente "on the beach". Solo che siamo sul lato di via Nizza, nell'edificio di Eataly Lingotto (ingresso da via Fenoglietti 14), ma ai piani alti. Sulla terrazza che si apre alla fine del percorso attraverso il Museo Carpano, tra le stanze un tempo votate all'estrazione delle erbe. E' la location estiva di "Giù da Guido", il ristorante della famiglia Alciati all'interno dell'enoteca di Eataly che fino al 6 agosto trasloca a cielo aperto, in uno spazio circondato dal verde, musica di sottofondo, un calice di vino o un cocktail tra le mani, a gustare

tapas. L'accoglienza - easy e solare - ha un non so che di vacanziero, ti rendi subito conto che lo stile è «slow»: qui, al tavolo puoi starci tutta la sera, dalle 18 fino a mezzanotte, nessuno ti chiede di alzarti con la scusa di "abbiamo altre prenotazioni". Il che è già un punto a favore. Una cinquantina i posti a sedere, tovagliato bianco, sedie di design, ombrelloni maxi, servizio inappuntabile di uno staff tutto (o quasi) al femminile. Come la chef, Laura Greco, allieva dei Ugo Alciati (una stella Michelin per il ristorante di famiglia "Guido"), che ora ha preso le redini della cucina. Per l'estate ha puntato su una interessante e variegata proposta di tapas che però r i s p e c c h i a n o la piemontesità degli Alciati: «Piero (il fratello di chef Ugo) mi porta sovente la spesa, tutte materie prime di alta qualità e di stagione, le stesse usate per il ristorante stellato, come la trota della Valchiusella » racconta. Ogni tapas vale per due, così da poter

condividere oltre all'atmosfera anche il cibo. La Grissinopoli è superba, così come il cous cous con gamberi e verdure, e poi le polpette di melanzane, le verdure in pastella, i peperoni con tonno e sarset, toma e blu del Piemonte. Per la formula da "merenda sinoira" (4 tapas abbondanti) si spendono 20 euro. Dal mercoledì al sabato c'è sempre una diversa occasione per "stappare e mangiare" avvolti dalla luce delle candele (bianche, ovvio). Il mercoledì - come da copione - ospita "Le notti del vino", con una selezione delle migliori etichette dell'enoteca di Eataly Lingotto, sempre un tema diverso: vini di mare e di montagna, e poi le bollicine, rosati e bianchi (per info e acquisto carnet degustazioni: www.torino.eataly.it). Il giovedì è invece cocktail night con Compagnia dei Caraibi: dal **vermouth** Riserva Carlo Alberto al liquore Salvia & Limone, passando per i rum e i gin.

Venerdì sarà serata cinema, con proiezioni di film in 35mm. Protagoniste pellicole che hanno in comune l'ambientazione sotto la Mole, a cura di Hiroshima Mon Amour, in collaborazione con il Museo del Cinema. Il sabato, infine, è perfetto per godersi un aperitivo o una cena all'aperto con sottofondo di musica italiana. Info e prenotazioni: 347/8615746.

© Riproduzione riservata

DALLA TYPE-ART ALL'ART-VERTISING, IL PERCORSO ARTISTICO E PUBBLICITARIO DI LORENZO MARINI SI INTEGRA IN MANIERA SEMPRE PIÙ SINERGICA. LE SUE OPERE POSSONO ESSERE LETTE COME LA TRADUZIONE IN ARTE CONTEMPORANEA DI CAMPAGNE PUBBLICITARIE. IN QUESTO MODO L'ART-VERTISING DEVE ESSERE SEMPRE PIÙ UNO STIMOLO PER LA RICERCA DI UNA CREATIVITÀ CHE SIA PRIMA DI TUTTO LEGATA A UN'ORIGINE ARTISTICA.

DI GIANNI MARTINELLI

L'ART-VERTISING DI LORENZO MARINI

Lorenzo Marini è un artista e un pubblicitario a 360 gradi, che vive e lavora fra Milano, Los Angeles e New York. Ha frequentato l'Accademia di Belle Arti di Venezia con Emilio Vedova, ma si è laureato in architettura e ha lavorato con successo nel mondo della pubblicità per trent'anni. Tra le sue ultime mostre personali si ricordano: 'Di Segni e di Sogni' a Santa Maria della Scala di Siena, 'Alphatype21' all'Istituto Italiano di Cultura Los Angeles, 'Dal Silenzio alla Parola' alla Fondazione Bevilacqua La Masa di Venezia e 'Out of Words' al Gaggenau Hub di Milano. Ma Lorenzo Marini è anche un pubblicitario di successo, Pre-

sidente dell'agenzia Lorenzo Marini Group. In questa intervista ci spiega come è riuscito a coniugare due mondi che solo all'apparenza sembrano in contraddizione: quello dell'arte e quello della pubblicità.

Tv Key: Ci racconta brevemente la storia della 'type-art'?

Lorenzo Marini: Nel 2016 ho avuto un'intuizione artistica che mi ha portato a celebrare la bellezza delle lettere. Nel 2017, forte di questo successo, ho creato il 'Manifesto per la liberazione delle lettere' diventando, di fatto, il caposcuola di un nuovo linguaggio artistico: quello che dedica a ogni singola lettera dell'alfabeto un'ope-

ra, liberando così le lettere dall'obbligo della funzione, per celebrarne la pura bellezza intrinseca. Le mie opere pittoriche possono essere lette come la traduzione in arte contemporanea di campagne pubblicitarie, con una rigorosa logica degli spazi e degli equilibri, nella sua prima ricerca sui visual; così come possono essere lette come un pensiero rivoluzionario sulla bellezza pop dell'alfabeto contemporaneo, in questa seconda fase artistica.

Tv Key: Che cos'è oggi l'Art-vertising?

Lorenzo Marini: La pubblicità nasce da una costola dell'arte. I nostri padri fondatori erano tutti artisti. I manifesti che hanno fatto la storia della pubblicità hanno lasciato delle impronte nella società proprio perché creati da artisti. Se l'out of home' di oggi è così triste è perché quattro geometri della comunicazione si credono bravi a comunicare senza la sintesi visiva. Noi creativi nasciamo dall'arte. Il nostro compito è coniugare le esigenze di chi vende con le esigenze di chi compra. Chi vende vuole vedere solo un prodotto, chi compra vuole solo un'emozione. L'arte è il famoso ritorno che ci porterà nella terra del futuro.

Tv Key: Sta ottenendo un grande successo di critica con le sue mostre esposte in diversi luoghi d'Italia. Come stanno andando?

Lorenzo Marini: Sono impegnato in una serie di mostre di suc-

cesso, appena concluse, come 'Olivettytype' a Ivrea nel palazzo storico di Adriano Olivetti, o avviate nel mese di giugno a Milano, come 'Alphatype 2022' alla Galleria Gracis e l'installazione MirrorType a Certosa Initiative.

Esposizioni che mi hanno gratificato confermandomi quanto l'arte sia importante, non solo per esprimere il mio pensiero artistico e il mio segno distintivo, ma anche per trasmettere emozioni alle persone che davanti a una mia opera sono coinvolte in un'esperienza diversa.

In pratica sto continuando a fare ciò che per anni ho fatto con le mie campagne pubblicitarie. La contaminazione artistica più recente che ho creato è 'Seat or Read?', nata dalla collaborazione con Santambrogio; si tratta di un quadro-poltrona, in tiratura limitata, che rappresenta una sintesi fisica e concettuale unica. Un bagaglio di oltre vent'anni di riconoscimenti con la mia agenzia in Italia e nel mondo rappresenta un successo che mi obbliga ogni giorno, con il mio gruppo di comunicazione integrata tra Milano e New York, a innovare e a confermare la mia creatività, l'unica cosa che conta in questo mestiere.

Tv Key: Ha citato 'Alphatype 2022': ci può parlare nel dettaglio di questa mostra a Milano?

Lorenzo Marini: Si tratta della mia nuova personale esposta alla galleria Gracis, in piazza Castello 16, fino al 25 giugno.



Lorenzo Marini,
Presidente dell'agenzia
Lorenzo Marini Group.

La mostra ospita 20 mie opere, oltre a un'installazione immersiva e a una speciale opera creata appositamente per il Salone del Mobile 2022. In questa personale ricombino in ordine casuale le opere delle singole lettere. Si tratta di una visual art in cui non c'è nulla da leggere, ma solo da guardare, e in cui le lettere assumono un valore tutto proprio diventando esse stesse opere d'arte. C'è poi la stanza dell'installazione immersiva, dove le lettere sono sospese in aria e non toccano mai terra, dando così un senso di astrazione che le rende di volta in volta poesia, illustrazione e forma.

Tv Key: *L'arte è solo creatività o si può considerare come una forma di comunicazione?*

Lorenzo Marini: Da sempre è esistito il linguaggio ibrido, figlio di una contaminazione tra l'arte e la pubblicità. Io credo nei linguaggi che siano in grado di suscitare emozioni e che siano una espressione pura della creatività, segni e simbologie creative che servono da ispirazione per la comunicazione, soprattutto oggi, in un'epoca in cui è sempre più necessario distinguersi dalle forme di comunicazione basate sul tecnicismo esecutivo. Io cerco di contaminare i due mondi in una sintesi visiva che mantenga da una parte la forza disruptive della creatività pura dell'arte e dall'altra la comunicazione efficace e originale che serve a farsi ricordare e a vendere. Questa è proprio l'essenza dell'Art-vertising.

Tv Key: *Ci può spiegare meglio questo concetto?*

Lorenzo Marini: L'arte è sempre stata una grande fonte di ispirazione per le agenzie pubblicitarie. I creativi per anni hanno attinto dai grandi artisti e la pop art ha fatto della pubblicità un elemento chiave in molte opere conosciute in tutto il mondo. Da Warhol a Keith Haring, da Salvador Dalí ad Ar-



Lorenzo Marini Group è un network composto da oltre 120 agenzie indipendenti. Sopra, la struttura del Gruppo. Sotto, la campagna per Tavernello - Caviro, che adotta un linguaggio nuovo e provocativo, rivolto a un target giovane.

mando Testa, il mio maestro. In passato era frequente che ci fossero intromissioni di artisti nella pubblicità anche perché i media esprimevano arte grafica solo visiva.

Pensate a Depero con la bottiglia Campari o alla grande tradizione del cartellone pubblicitario, oggi oggetto di culto come espressione artistica, del **Punt e Mes** di Armando Testa. Il passaggio dall'analogico al digitale non è stato indolore; abbiamo acquisito tanto in termini di semplificazione dei processi e quindi rapidità di esecuzione, per non parlare delle possibilità fornite dal web per quanto riguarda la diffusione del messaggio, ma di certo abbiamo anche perso qualcosa in termini qualitativi. Per questo penso che quando si presenta l'occasione di rivivere quel periodo così ricco di stimoli, come avviene visitando una mostra, almeno noi operatori della comunicazione dobbiamo coglierla.

Tv Key: *Come si concilia l'Art-vertising con le nuove tecnologie?*

Lorenzo Marini: Oggi i nuovi media hanno moltiplicato le possibilità di sviluppare conte-

nuti e contributi infiniti. Infatti lo stimolo che deriva dai canali di comunicazione, che per definizione sono dei contenitori di ingaggio e intrattenimento, ha sempre più necessità di essere legato a contenuti creativi per fidelizzare e coinvolgere le persone e cercare di attirarne l'attenzione.

Sono tutte forme di comunicazione che nascono da persone sempre connesse e abituate ad accompagnare la vita quotidiana con l'engagement che deriva dalla condivisione e dalla fruizione di contenuti medial sempre più evoluti. I target oggi hanno bisogno di identificarsi in forme di comunicazio-





Sopra, a partire da sinistra, Ezio Campellone, General Manager Lorenzo Marini Group, Artemisia Sakaj, NY Account Manager, e Sofia Croci, Account Director Yes Marini. Sotto, i Co-Founder dell'Agenzia Yes!: Paolo Biffi, Ferdinando Bove e Fabrizio Sironi.



ne che li facciano sentire parte di un mondo e ricercano tutto ciò che è stimolante dal punto di vista del coinvolgimento. La situazione attuale della società italiana richiede leggerezza ed evasione da una realtà non molto positiva. Ci vuole però un linguaggio che sia diverso dal banale, dall'ovvio, che sia proprietario e non generalista. Molto spesso si dice che sia il mezzo a fare il messaggio e questa è una verità, ma la creatività con cui nasce fa ancora la differenza.

Tv Key: Che cosa dovrebbe fare secondo lei la sua agenzia per contribuire in modo concreto al successo di un brand?

Lorenzo Marini: La nostra mission è sempre quella di sviluppare idee creative e l'idea 'pura' prescinde dalla tecnologia. È chiaro che l'execution oggi consente di spettacolarizzare la

realtà e sviluppare contenuti accattivanti e sorprendenti. Una struttura di comunicazione integrata come Lorenzo Marini Group cerca ogni giorno di privilegiare la qualità rispetto alla quantità, per continuare ad essere un partner creativo per i brand per cui lavora. Le idee producono soldi, ma i soldi non producono idee, le idee devono essere in grado di durare nel tempo per ottimizzare gli investimenti fatti in comunicazione in un momento in cui la coerenza strategica ed espressiva sembra essere passata in secondo piano.

Tv Key: Da dove nasce la vostra creatività?

Lorenzo Marini: La nostra creatività nasce da una strategia concreta. Il primo passo è identificare il Dna della marca per costruirne un posizionamento esclusivo. Una marca, infatti,

si sceglie come si sceglie un amico: non per somma algebrica di pregi e difetti ma perché parla il nostro linguaggio, perché ci assomiglia. Il Dna approach consiste nell'identificazione di sei aggettivi che, una volta stabiliti e condivisi, accompagneranno la marca per sempre in tutte le forme di comunicazione. Il Dna della marca diventa il cuore pulsante nelle varie discipline e l'integrazione prende forma da questo nucleo progettuale. In seguito, le società coinvolte costruiranno il progetto in modo specifico e indipendente. Integrazione non vuol dire confusione.

Tv Key: Qual è il vostro modello di agenzia?

Lorenzo Marini: Il gruppo è strutturato in modo snello e flessibile in base alle necessità dei clienti e alle evoluzioni del

mercato. Non abbiamo il bisogno di riconfermare continuamente il nostro passato, come se dovessimo convincerci di essere sempre attuali e grandi, ma ci misuriamo costantemente con nuove realtà consolidate per integrare nuove conoscenze ed essere dei risolutori di problemi del cliente. Per questo esiste Yes Marini, una società che si occupa di Advertdigital, nata dall'unione dell'agenzia con tre professionisti della comunicazione digitale come Paolo Biffi, Ferdinando Bove e Fabrizio Sironi, giovani imprenditori di successo che, alla guida di una grande realtà della comunicazione digitale italiana, contribuiscono a offrire a Lorenzo Marini Group un concreto strumento per affrontare i nuovi linguaggi legati a nuovi mezzi. Non potevamo proprio farlo da soli... Una struttura efficiente, com-



petitiva e completa, che opera in un clima sereno e di crescita per essere a disposizione di un mercato che ha bisogno di qualità creativa anche nel digitale.

Tv Key: *Ci può parlare di campagne recenti che esprimano la vostra attitudine creativa?*

Lorenzo Marini: I nostri registri creativi sono vari e articolati e permettono al gruppo di essere versatile. On air attualmente abbiamo comunicazioni che parlano di valore di marca e di etica sostenibile come lo spot per Tavernello – Caviro e la comunicazione ‘Crediamo’ di Tonno Mare Aperto. Recentemente abbiamo vinto la gara, indetta da Corepla – Consorzio Nazionale per la raccolta, il riciclo e il recupero degli imballaggi in plastica – per la ricerca di un nuovo partner di comunicazione social. Negli ultimi anni, complice anche la situazione pandemica, web e social hanno rafforzato il loro ruolo, diventando la prima fonte di apprendimento auto-diretto per molti utenti e su diversi argomenti, come per esempio

l’ambiente e l’ecologia. Da qui la necessità per Corepla di sfruttare al meglio questi strumenti, anche grazie alla riformulazione dei contenuti digitali per diffondere in maniera più inci-

A sinistra, la campagna per Eicma, Esposizione internazionale delle due ruote. Sotto, la campagna ‘Selfie’ di Febal Casa e la comunicazione ‘Crediamo’ di Tonno Mare Aperto, che parla di sostenibilità.

sive le buone pratiche della raccolta differenziata e del riciclo. L’obiettivo principale della collaborazione è la crescita, qualitativa e quantitativa, dell’engagement della community individuando e adottando un tone of voice e uno stile grafico riconoscibili e coerenti con la mission di Corepla.

Tv Key: *Altri progetti che potete citare?*

Lorenzo Marini: Crediamo anche nei messaggi che siano capaci di veicolare il potere seduttivo del neo-carosello, in cui il tono gioioso e spensierato si contrappone alla drammaticità quotidiana, in una sorta di escaping rimozionale, come il lancio del Decantato Monini o la campagna ‘Selfie’ di Febal Casa.

Tv Key: *Per concludere, la comunicazione e tutte le professionalità che ruotano attorno a questa industry sono ancora allettanti per i giovani?*

Lorenzo Marini: Per i giovani oggi le opportunità di questo settore si sono allargate perché si sono sviluppate molte nuove professionalità. Professionalità molto più tecniche ma integrate rispetto alle figure tradizionali della comunicazione, che grazie a una creatività multimediale e all’integrazione dei linguaggi sono una grande opportunità di espressione a patto che a comandare siano le idee e non le technicality. Oggi si può fare tutto, non ci sono limiti e la tecnologia aiuta e stimola la creatività... oggi tutto è comunicazione... non è solo pubblicità. Mi auguro che l’Artvertising sia sempre più uno stimolo per essere curiosi e non banali, alla ricerca di una creatività che prima di tutto sia ancora legata a un’origine artistica. Come diceva Giuseppe Verdi: “Tornate all’antico e sarà un progresso”.



COVER STORY

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

QUATTRO APPUNTAMENTI ESTIVI ALLA SCOPERTA DEL VERMOUTH E DEL GIN

LINK: https://www.modernews.online/17914_quattro-appuntamenti-estivi-alla-scoperta-del-vermouth-e-del-gin/

QUATTRO APPUNTAMENTI ESTIVI ALLA SCOPERTA DEL VERMOUTH E DEL GIN
5 Luglio 2022 Alessandra Bagini Riceviamo e volentieri pubblichiamo Sull'onda del successo riscosso lo scorso anno, anche quest'anno la Pro Loco Bardonecchia, con il patrocinio della Civica Amministrazione, ripropone per l'estate 2022 al Parco Archeologico Tur d'Amun, quattro appuntamenti, con posti limitati e obbligo di prenotazione, dedicati a "Scoperta Vermouth e Gin: Esperienze in alta quota". Si inizia con "Esperienza Vermouth" in programma sabato 9 luglio alle ore 18.30 e in replica sabato 20 agosto 2022, organizzato in collaborazione con Esperienza Vermouth, il format ideato e condotto da Fulvio Piccinino, ideatore del progetto "Sapere Bere". Evento che attraverso un percorso divertente ed interattivo introduce alla scoperta o alla riscoperta del ricercato e storico vino liquoroso prodotto a Torino nel 1786 ad opera di Antonio Benedetto Carpano, un distillatore ed erborista che, miscelando vino moscato con erbe aromatiche e spezie, inventò la formula utilizzata

in seguito dalla categoria merceologica del Vermouth. Bevuto alla corte sabauda da re Vittorio Amedeo III, molto apprezzato da illustri personaggi, tra i quali Cavour, Giuseppe Verdi e Massimo D'Azeglio, che contribuirono a rendere questo vino prodotto regale e aristocratico, una sorta di status symbol, tornato di moda in tempi recenti in particolare per produrre fantasiosi cocktail. Esperienza interattiva sensoriale che dopo una breve introduzione storica, corredata da aneddoti, curiosità, pubblicità vintage e immagini d'epoca, entra nel vivo con la degustazione di tre vermouth, dodici piante aromatiche da tutto il mondo e dieci macerati alcolici di spezie ed erbe, ingredienti basilici per produrre il proprio vermouth da portarsi a casa in una bottiglietta con etichetta personalizzata a perenne ricordo dell'esperienza. Il tutto sotto la supervisione di Fulvio Piccinino, indiscusso maestro del settore, da anni impegnato in progetti di ricerca e rivalutazione del vermouth e in seminari per la diffusione di una consapevole e sana cultura

del bere. Prezzo a persona: EUR 38,00. Gli organizzatori, essendo i posti limitati, consigliano di prenotarsi per tempo collegandosi a www.prolocobardonecchia.com Programma completo di "Scoperta del Vermouth e del Gin: Esperienze in alta quota": sabato 9 luglio ore 18:30-20:00 Esperienza Vermouth; sabato 23 luglio, 18:30 20:00 Esperienza Gin; sabato 20 agosto, 18:30- 20:00 Esperienza Vermouth e Sabato 27 agosto, 18:30-20:00 Esperienza Gin alle quali ci si può iscrivere sin d'ora. Per informazioni Pro Loco Bardonecchia, piazza Valle Stretta. Telefono +39 0122902612 Cellulare +39 351 6449330 info@prolocobardonecchia.com Ufficio del Turismo di Bardonecchia Piazza Alcide De Gasperi 1/a Telefono +39 0122.99032 info.bardonecchia@turismo torino.org www.bardonecchia.it Seguici su @BardonecchiaUfficioTurismo Alessandra Bagini

Grandi emozioni per l'Italia al World of Coffee 2022 a Milano. Carmen Clemente è campionessa del World Latte Art Championship 2022!

LINK: <https://horecanews.it/grandi-emozioni-per-litalia-al-world-of-coffee-2022-a-milano-carmen-clemente-e-campionessa-del-world-latte-art-champio...>

Grandi emozioni per l'Italia al World of Coffee 2022 a Milano. Carmen Clemente è campionessa del World Latte Art Championship 2022! Si è svolta a Milano dal 23 al 25 giugno un'edizione record del World of Coffee, la prima in Italia. Nei tre giorni della manifestazione si sono svolti cinque campionati mondiali che hanno visto centinaia di operatori sfidarsi a suon di bricchi e tazzine. Sul podio più alto sventola un tricolore, portato con orgoglio da Carmen Clemente, campionessa mondiale di Latte Art 2022. Caffè Eventi & Fiere Gare & Concorsi Redazione 2 - 30 Giugno 2022 Il World of Coffee si è svolto per la prima volta in Italia quest'anno, dal 23 al 25 giugno a Milano. Sono stati giorni di emozioni intense, che non solo hanno visto riunirsi nel capoluogo lombardo tutti gli attori del mondo del caffè e del bar, ma che hanno fatto da sfondo anche dei Campionati Mondiali del Caffè, le agguerrite e appassionate gare fra professionisti provenienti da tutto il mondo. Uno sguardo sul World of Coffee Milan 2022 Il World of Coffee

Milano è stato un evento da record, con oltre 11.000 partecipanti, provenienti da oltre 137 Paesi, che hanno visitato una sala espositiva da tutto esaurito: 350 le aziende espositrici di quest'anno. Con il supporto dello sponsor ospite di World of Coffee BWT water+more, i partecipanti hanno potuto nuovamente fare rete in fiera e scoprire le innovazioni e prodotti del settore. L'evento di quest'anno ha puntato i riflettori sul Guatemala rappresentato da Guatemalan Coffees; una designazione assegnata ogni anno a un diverso paese produttore di caffè al World of Coffee. Campionati mondiali del caffè 2022 Nei tre giorni della manifestazione si sono svolti cinque campionati mondiali che hanno visto centinaia di operatori sfidarsi a suon di bricchi e tazzine. Sul podio più alto sventola un tricolore, portato con orgoglio da Carmen Clemente, campionessa mondiale di Latte Art 2022. Le categorie in sfida ai Campionati mondiali del caffè 2022 sono state: Latte Art, Coffee in Good Spirits, Cup Tasters, Coffee

Roasting e Ibric. Carmen Clemente vince il Campionato Mondiale di Latte Art Campionessa del mondo di latte art 2022: Carmen Clemente, Italia 2. RORA, Corea del Sud 3. Shao-Sing Lin, Taiwan 4. Nicky Voon Pei Xin, Malesia 5. Victor Vu, Australia 6. Christos Douvas, Grecia Sponsor: Sanremo, Anfim, Urnex, Pentair/Everpure, Loveramics, Alpro, The Force Tamper, Oatly, Bristot, Recappuccio. Credits: <https://milan.wcc.coffee/> Campionessa mondiale di Coffee in Good Spirits Agnieszka Rojewska 1. Agnieszka Rojewska, Polonia 2. Vladyslav Demonenko, Ucraina 3. Shayla Philipa, Indonesia 4. Nelson Phu, Canada 5. Danny Wilson, Australia 6. Christos Klouvatos, Grecia Sponsor: Sanremo, Mahlkönig, Urnex, Pentair/Everpure, Scotsman, ODK, Marco, Repa, Brewing Gadgets, **Fernet Branca**, **Antica Formula**, Carpano, Velier. Campionessa mondiale di Cezve/Ibric 2022 Michaela Ruazol 1. Michaela Ruazol Recera, Emirati Arabi Uniti 2. Paul Ungureanu, Romania 3. Dimitris

Baigkousis, Grecia 4.
Agnieszka Rojewska,
Polonia sponsor Loumidis
Papagalos e Brita.
Campione mondiale di
Roasting 2022 Felix
Teiretzbacher 1. Felix
Teiretzbacher, Austria 2.
Simo Christidi, Norvegia 3.
Wisnu Aji, Indonesia 4. Alex
Nerantzis, Grecia Sponsor:
Giesen Coffee Roasters ,
Savor Brands , Stronghold
Roasters , Pentair Everpure
, Barista Attitude e Urnex
Brands. Campione di World
Cup Tasters 2022
Heongwan Moon 1.
Heongwan Moon, South
Korea 2. Jaco Chu, Hong
Kong 3. Heli Santiago
Castaño, Colombia 4. Dénes
Rajmond, Germany
Sponsor: Cafetto, Brita, and
Sage.

I family office fanno leva sul private equity

LINK: <https://www.financialounge.com/news/2022/06/27/family-office-fanno-leva-sul-private-equity/>



Il report I family office fanno leva sul private equity Un report globale di Ubs scatta la fotografia del settore che anche in Italia vuole aumentare gli investimenti diretti in fondi private equity di Paola Jadeluca 27 Giugno 2022 09:56 I family office guardano con sempre maggiore interesse verso il private equity, una forma di investimento che consente in modo particolare di convogliare risorse verso l'economia reale. I family office già per loro natura hanno già una vocazione per il settore produttivo reale. Nascono infatti per tutelare i patrimoni personali degli ultra-ricchi. TUTELA DEI PATRIMONI DELLE FAMIGLIE STORICHE A differenza di banche e società di gestione finanziaria i family non si occupano della intermediazione finanziaria, ma solo ed esclusivamente di servizi di consulenza che spaziano da quella finanziaria fino agli estremi della gestione delle flotte di yacht o della migliore

scuola per i figli. I pionieri in questo settore sono state le grandi dinastie imprenditoriali, che hanno creato in casa i propri family office: la famiglia Zambon, degli industriali chimico-farmaceutici vicentini, i Pallavicini, blasonata famiglia romana, i Tosetti di Torino, i **Branca**, proprietari del famoso **Fernet Branca**, i Manuli, acciaierie, i Boroli-Drago, proprietari della De Agostini, ora anche azionisti di Generali. Per non parlare degli Agnelli, e di Leonardo Del Vecchio, patron di Luxottica: tutti hanno un family office che custodisce beni e segreti di casa. Il 35% delle imprese del Fortune 500 sono possedute e gestite da una famiglia. Qualche nome: Walmart, Volkswagen, Berkshire Hathaway di proprietà del guru della finanza Warren Buffett, che ne è il presidente. INVESTIRE OGGI Oggi molte strutture fanno capo a banche importanti, come Ubs che, non a caso, ha scattato una fotografia

aggiornata del settore a livello mondiale Global Family Office Report 2022. Dal report risulta che i family office stanno riducendo le allocazioni fixed income e stanno aumentando gli investimenti in private equity, real estate e private debt, sacrificando la liquidità in cambio di rendimenti. In particolare, fanno leva sul private equity: dal 2019 alla fine del 2021 l'allocazione patrimoniale è aumentata dal 16% al 21% e l'intenzione è quella di incrementare gli investimenti nei prossimi 5 anni, con il 42% che prevede di aumentare le allocazioni dirette in private equity, mentre il 38% che intende aumentare gli investimenti in fondi di private equity e fondi di fondi. L'indagine si basa su circa 200 family office che gestiscono mediamente oltre 2 miliardi di dollari ciascuno. DUE DILIGENCE PIÙ ACCURATA Una politica monetaria più aggressiva da parte delle banche

centrali per frenare l'inflazione potrebbe certo esporre maggiormente i private equity. Secondo Max Kunkel, Chief Investment Officer di Ubs, il nuovo atteggiamento degli istituti monetari indubbiamente impatterà sulle società di private equity che hanno potuto cavalcare il rally dei mercati grazie alla liquidità in abbondanza., ma lo stesso Kunkel ha sottolineato come molti family office prevedono di trovare rendimenti più interessanti nei mercati privati, grazie a una due diligence più accurata e a rapporti di lunga data con i vertici aziendali che consente loro di ottenere informazioni privilegiate. TUTELARE IL PATRIMONIO PRIVATO Tutelare il patrimonio privato è una delle strategie per tenere unita la famiglia. E questo fa bene anche all'impresa. Azienda e famiglia corrono di pari passo. La Samsung, per esempio, aveva escogitato la quotazione in Borsa per risolvere l'eredità tra i proprietari, dilaniati dai dissapori tra il patriarca Lee-Kun-Hee- scomparso nel 2020, e i figli. Storia diventata una vera e propria saga. Nella classifica dei Paperoni mondiali figurano oggi molti giovani fondatori di imprese Internet che, anche in questo ambito, hanno

portato la loro carica dirompente di innovatori. IL TREND IN ITALIA "Anche per quanto riguarda i Family Office italiani si confermano i principali trend osservati a livello globale", ha commentato Paolo Federici, Market Head di UBS GWM in Italia."Anche nel nostro Paese assistiamo ad un interesse crescente verso le soluzioni di private equity - ha detto Federici- ed in generale di private markets, certamente favorito dal fatto che molti di questi Family Office fanno riferimento a famiglie imprenditoriali con grande esperienza nella gestione aziendale. Inoltre, le tensioni sui tassi di interesse hanno favorito l'allungamento dell'orizzonte temporale adottato dalle famiglie benestanti italiane nella gestione del proprio portafoglio, incrementando la componente azionaria e ricercando crescente diversificazione negli strumenti, più in linea con la media dei Family Office Internazionali".

ENOTECHE

AL PROSECCO

■ SANTA CROCE 30135, VENEZIA
CHIUSO LA DOMENICA

Dal 1999 in Campo San Giacomo dell'Orio, l'«enoiteca» offre vini regionali, autoctoni e nazionali con un occhio di riguardo alle piccole produzioni bio e biodinamiche. Vanno forte i piatti da condividere tipo pesce crudo, baccalà mantecato, affettati, sottolio, formaggi.

BOTTEGA FAUSTINO

■ CONTRÀ S. FAUSTINO 9, VICENZA

(VI) ☎ 3488297599 CHIUSO
DOMENICA E LUNEDÌ

Nel centro storico di Vicenza: cicchetti e tartare, panini creativi «al metro» e pochi piatti di cucina con ingredienti regionali. Ma i protagonisti sono i vini: bollicine metodo classico, martinotti e col fondo, bianchi e rossi d'Italia. Tra i drink per l'aperitivo c'è anche il Vito, il Vicenza-Torino con Bitter Gagliardo Schiavo e **Vermouth Carpano Classico**.



Sargasso, Margate: 'Exquisitely good taste' - restaurant review

LINK: <https://www.theguardian.com/food/2022/jun/26/jay-rayner-restaurant-review-sargasso-margate-exquisitely-good-taste>



Sargasso, Margate: 'Exquisitely good taste' - restaurant review Harbour master: Sargasso in Margate. Photograph: Sophia Evans/The Observer Harbour master: Sargasso in Margate. Photograph: Sophia Evans/The Observer They make the very best things look simple at this Italian-inspired fish-themed place on the Kent coast Jay Rayner Sun 26 Jun 2022 06.00 BST Sargasso, Margate Harbour Arm, Stone Pier, Margate CT9 1AP (01843 229270). Small plates £7-£11, large plates £9-£19, desserts £6, wines from £25 It is the simplest of dishes: half a dozen fat Calabrian anchovies, the colour of well-varnished teak, lie in a pool of deep green olive oil, dotted with sparkling droplets of what turns out to be lemon juice. On the face of it, very little has happened to get this to our table. Some seriously good anchovies, meaty, salty and powerful specimens with a lingering depth of flavour, have

simply been taken from their resting place, dressed and sent on their way. But there is so much more going on here; something that goes to the very heart of the best restaurants. It is an expression of exquisitely good taste. Sargasso, in Margate, is sodden with the stuff. It will not be everybody's idea of good taste. Some will look at the squat, old redbrick building it calls home, and roll their eyes. They'll dismiss as ugly this low-slung bruiser of a block hunkered by the sea wall along the harbour arm as it reaches out into the water. If they are of a rectally challenged demographic and familiar with certain over-the-counter ointments, they may whine about the hard, spindly stools that you are invited to sit upon while you eat at the counter, or at the high window tables. This general eye-rolling could be extended to the monogrammed plates, the restaurant's name realised in a blood-red font that

recalls the late 60s futurism of Joe 90. And let's not forget the record player and the collection of 70s jazz funk vinyl cuts by the likes of Idris Mohammed and George Duke, which play upon it. The album cover is always displayed behind the bar so you know exactly what you are listening to while you eat. 'Seriously good': Calabrian anchovies. Photograph: Sophia Evans/The Observer If all of this does not sound like your plate of Calabrian anchovies, do not come here. You should not take the high-speed train from London's St Pancras, as I did, for an early supper. Go elsewhere. The rest of you, get in. Sargasso, which is the second restaurant from chef Ed Wilson and the team behind Brawn on London's Columbia Road, makes the very best things look very simple. The menu, divided between half a dozen small plates and a similar number of larger offerings, manages to reflect perfectly its hard-

scrabble coastal setting. Some of it, like those glorious anchovies, to be eaten with the springiest of hard-crustured sourdoughs, is merely about the ingredients. Don't forget to mop. There are others that have demanded more thought. Whipped cod's roe, a wistful fondant-fancy pink, has been piped in buxom whorls across a thick piece of oily toast. Across that is a lawn of well-dressed peppery watercress. It is topped with a boiled egg, allowed to come to room temperature, but still with a sunset of runny yolk that pours out across it when you cut in. It feels like both serious attention to detail and huge care for £8. 'Buxom whorls': cod roe on toast. Photograph: Sophia Evans/The Observer From that fishy side of the ledger comes a salad of crab, with finely shredded wild fennel, chives and other green herbs on a thick pond of sauce thickened with brown crab meat. You could, of course, merely stand outside on the harbour arm, and sniff the air here as the tide pulls out; take in the gull-clawed wind, rich with the saline pong of exposed seaweed and old boat diesel. Or you could sit in here, at a high top, staring out at the view and eat a sweet and funky expression of it. The joy, of course, is

that by taking the walk to Sargasso you get a combination of the two. Add a bowl of their clams, with thick, soft slices of garlic and handfuls of coriander. Correctly, they bring a spoon so you can finish the ripe, snout-thumping broth like it's a soup. There are other great things. Because it is the season, there is asparagus, served warm with a glass dish of lemony melted butter. Friggiteli peppers, Padrón's longer Italian cousins, are given a little heat to help them wizen and soften, then dressed with flakes of sea salt and chilli. Parmesan fritters are squash-ball-sized béchamel croquettes, with centres of pure molten cheesiness, served hot from the fryer under a micro-planed drift of the best parmesan. It is finger food, designed by someone who believes a plate should be cleared. I get the message. I clear the plate down to that shiny monogram. 'Correctly, they bring a spoon': clams in broth. Photograph: Sophia Evans/The Observer Much of the wine list, which is as careful and intriguing a selection as at Brawn, is available by the glass and carafe. Behind the bar is a collection of spirits, including Aperol Spritz and **Fernet-Branca**; things that you might think are a good idea after a few carafes of

the gentler wines. You're an adult; make your own bloody choices. There are also piles of cookbooks, titles by Nuno Mendes, José Pizarro and, most pleasingly of all, Keith Floyd (on Italy). It's that good taste thing all over again. Somewhere in a review of a restaurant in Margate there are meant to be a couple of paragraphs musing on a seaside town with a reputation for scruffiness, now undergoing gentrification. It's such an obvious point it's barely worth making beyond saying that yes, the coin arcades are still here on the front, and so is the Turner Contemporary. There are bucket-and-spade shops, and ironic takes on the bucket-and-spade culture. And there's Sargasso, which in July shifts from opening on a Thursday to opening on a Wednesday. Perhaps across the summer they'll be able to open throughout the week. I do hope so. 'Pure molten cheesiness': parmesan fritters Photograph: Sophia Evans/The Observer Sometimes, when I tell people I play jazz piano, they tell me they hate jazz, as though it's a mark of some form of clever, reverse sophistication. They often seem surprised when I tell them that's fine. I feel absolutely no need to argue the case or convert them. They are the ones who are

missing out. Their loss. I really do feel the same way about Sargasso. I can predict the reactions against it from those who flare their nostrils at what they regard as posturing. All that means is that they won't get to eat those anchovies or that crab salad, in that building with those sounds and that view. At the end, with a final smart nod to the bucket-and-spade culture of Margate, there is soft-serve ice-cream, either with strawberry sauce or chocolate and hazelnuts. It suggests a less than vigorous interest in desserts by the kitchen here, but after such a great meal, they can be forgiven. News bites Sargasso is about to get a new neighbour. Staple, an independent bakery which launched its first outpost at the former village post office in Broadstairs in 2020 before expanding into Westgate-on-Sea last year, is to open two more next month. One is in Ramsgate and the other is in the building right next to Sargasso on Margate's Harbour Arm. The menu, overseen by chef and baker Stephen Gadd, includes various sourdough loaves, their own croissant and Danish as well as a range of classic cakes (staplestores.co.uk). Clay's Kitchen, the Indian restaurant in Reading which

developed a nationwide following during lockdown for its home deliveries, has launched a crowdfunder to raise money for its new home. Sharat and Nandana Syamala have taken on the lease of a former Wetherspoon's pub in Caversham and, having raised £250,000 themselves, are looking for the same again to finish the job. They are offering a bunch of rewards including vouchers, cooking classes, membership club subscriptions and venue hire. Find out more here. After 18 years, chef Marc Wilkinson is closing the much-admired Michelin-starred Fraiche in Oxton on Merseyside. Wilkinson, who famously cooks by himself, has said that all existing reservations will be honoured but no more will be released. The last service will be at the end of September. The Fraiche name will then be used for other projects (restaurantfraiche.com). Email Jay at jay.rayner@observer.co.uk or follow him on Twitter @jayrayner1

IN PUNTA DI LAPIS *di Alessandro Valassina*

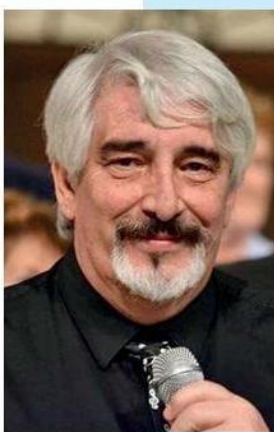
La capsula del tempo

Qualche giorno fa, mentre sistemavo la cantina, ho ritrovato il mio vecchio portadischi con i 45 giri di una volta e, a fianco, la mitica bottiglia bianca di VOV, il famoso liquore all'uovo inventato dal pasticciere padovano G.B. Pezziol che un giorno mischiò i tuorli d'uovo con vino marsala e zucchero inventando il "Vovi", che significa uova in dialetto veneto. Era uno dei famosi liquori che troneggiava nei bar, insieme agli amari Cynar "contro il logorio della vita moderna", Fernet e Fer-rochina. Tra i distillati si usava molto chiedere il "grigio verde" (grappa con l'aggiunta di men-

ta), te se ricordet? Le compagnie di ragazzi avevano il loro ritrovo nei bar, dove si conoscevano tutti: il nostro tempo libero lo passavamo lì insieme, tra una chiacchiera e l'altra. El gioeugh (gioco) più gettonato era il flipper, con un record sempre da battere; anche il biliardo era molto popolare, ma non tutti ce l'avevano e non tutti ci sapevano giocare. E poi in un angolo c'era l'immane jukebox, una enorme scatola magica che ci faceva sognare: al costo di 50 lire per una canzone o 100 lire per tre canzoni, ognuno poteva ascoltare le proprie canzoni preferite e dividerle con

tutti i presenti... quanti ricordi anche d'estate sulle spiagge. Ricordi dolci e amari, schegge di vita rinchiusi nei cassette della memoria che attendono solo di essere aperti per essere ricordati e raccontati: con tutti i ricordi di una vita ci si potrebbe scrivere un libro, non è forse così? Sarebbe fantastico poter unire i ricordi racchiusi nella memoria e nel cuore, scrivere un'enciclopedia di vita vissuta da conservare e rinchiuderla in una speciale capsula del tempo da lasciare in eredità alle nuove generazioni.

Semper alegher!



Silvia D'Alonzo, giovane barlady: «Ogni giorno si impara e si cresce»

LINK: <https://www.italiaatavola.net/professionioni/barman/silvia-d-alonzo-giovane-barlady-ogni-giorno-si-impara-si-cresce/87634/>



Silvia D'Alonzo, giovane barlady: «Ogni giorno si impara e si cresce» Curiosa e determinata, Silvia è socia Abi Professional. Ai giovani che sono incerti sulla strada da seguire consiglia di valutare i pro e i contro della professione, mettendosi sempre in gioco per imparare e migliorare SALVA NEL TUO ARCHIVIO 20 giugno 2022 | 09:30 Abi Professional PROFESSIONI Silvia D'Alonzo, giovane barlady: «Ogni giorno si impara e si cresce» Curiosa e determinata, Silvia è socia Abi Professional. Ai giovani che sono incerti sulla strada da seguire consiglia di valutare i pro e i contro della professione, mettendosi sempre in gioco per imparare e migliorare 20 giugno 2022 | 09:30 Silvia D'Alonzo è nata a Pescara, ridente località sulla costa del mar Adriatico, ricca di cultura non solo per aver dato i natali a Gabriele D'Annunzio ma anche per le sue radici storico-culturali. Siamo in Abruzzo, dove il cibo, come

l'accoglienza di tutti gli abruzzesi, è ottimo e abbondante: ci si sente sempre come a casa. Silvia frequenta il liceo scientifico ma da subito si rende conto che non è l'indirizzo che ha immaginato per il suo futuro. Quindi in estate inizia a darsi da fare e scopre il mondo del bar. Prende servizio in un bar gelateria come ce ne sono molti sul lungomare di Montesilvano (Pe), dapprima in sala a servire i tavoli, poi lavorando al mattino inizia a scoprire la caffetteria, l'espresso e tutte le sue declinazioni. Dopo la maturità decide di iscriversi ad un corso professionale. Silvia D'Alonzo Si informa e scopre che Massimo Urru (coordinatore della sezione Abruzzo di Abi Professional), un importante e riconosciuto professionista, organizza dei corsi professionali. Da lì la svolta per lei. Dapprima l'impegno estivo, poi inizia a lavorare nei cocktail bar di Pescara, non più come

impiegata stagionale. Silvia è pronta anche per l'esperienza in albergo e arriva quindi all'Esplanade, un luminoso hotel inserito in un antico palazzo a pochi passi dalla splendida Cattedrale di San Cetto con i bellissimi rosoni che illuminano e adornano la navata. Massimo Urru insegna a Silvia la magia della creazione dei cocktail e così inizia a partecipare ai concorsi e nonostante sia giovanissima mostra di poter competere anche con antagonisti con più esperienza e più grandi di lei. Una passione innata, unita alla voglia di crescere professionalmente Silvia è socia Abi Professional. Si parla tanto di disaffezione dei giovani verso il lavoro: chiediamo a Silvia cosa l'abbia spinta ad iniziare un percorso professionale così impegnativo come quello del lavoro nei bar? «La voglia di essere tra le persone - spiega - emozionarle con le mie creazioni, scoprire che c'è sempre un modo per

imparare qualcosa di nuovo: queste sono le leve che mi hanno convinta. Poi, ovviamente la fortuna di conoscere le persone giuste che possono diventare punti di riferimento, come Massimo Urru, e la giusta gavetta». «Le associazioni - prosegue Silvia - sono utili per le opportunità che ci offrono di conoscenza e anche di divulgazione delle notizie utili per una crescita professionale. Ai giovani che sono incerti sulla strada da seguire consiglio anzitutto di valutare i pro e i contro delle professioni. Per quanto mi riguarda, ho trovato più pro che contro. Questo mestiere ti obbliga a metterti in discussione tutti i giorni e con tutti i clienti. È un ottimo stimolo per migliorare». Non dimentichiamo che Silvia sta ancora studiando e la sua intenzione è quella di laurearsi presto in Sociologia. Sta anche lavorando su un progetto che la porterà probabilmente ad essere impegnata in un ruolo di rilievo in un locale di prossima apertura. Amber (after dinner) Un drink delicato che sorprende al primo sorso Lasciamo Silvia con la preghiera di svelarci la ricetta che ha presentato al concorso Lady Drink 2022 di Riccione, un after dinner delicato che sorprende al primo sorso, un drink che la rappresenta

a pieno. Amber (after dinner) 2 cl di **Fernet Branca** 2 cl di crema di cacao scura (sostituibile con liquore al cioccolato) 1 cl di Appleton Estate 1 cl di Triple Sec Panna in sospensione Decorazioni: foglia oro edibile e skeleton leaves Bicchiere: coppa Martini © Riproduzione riservata

Grande successo per la serata di degustazione Kimbo Sparkling Coffee

LINK: <https://www.beverfood.com/grande-successo-serata-degustazione-kimbo-sparkling-coffee-wd/>



Grande successo per la serata di degustazione Kimbo Sparkling Coffee 18/06/2022 Kimbo, azienda leader in Italia e nel mondo nella produzione di caffè di altissima qualità, ha presentato a Milano, il 16 giugno, il suo ultimo straordinario e innovativo lancio: Kimbo Sparkling Coffee, la bevanda frizzante al caffè 100% arabica, assoluta novità di mercato. Il free bar galleggiante firmato Kimbo è stato un vero e proprio successo e ha rappresentato il trampolino di lancio per la frizzante bevanda Sparkling Coffee. Durante la serata sono salite a bordo più di 1.000 persone e serviti circa 1.200 assaggi della bevanda, degustata sia in versione assoluta sia mixata. L'evento ha permesso a Kimbo di far conoscere il nuovo prodotto anche ad un target più giovane e dinamico, intrattenuto da musica coinvolgente, divertimento e freschezza, in una serata dove l'iconica lattina blu

Capri, espressione del legame che l'azienda partenopea ha con il suo territorio, è stata la protagonista assoluta di questo appuntamento. I passanti, sono stati accolti da hostess Kimbo, e hanno potuto assaggiare lo Sparkling Coffee, oltre che on the rocks con ghiaccio e limone, anche in diverse versioni di cocktail preparate direttamente a bordo da bartender specializzati, tra cui: Un caffè all'Havana, una preparazione capace di riportare la mente direttamente a Cuba, grazie a ingredienti come rum, lime, zucchero e menta, il tutto reso ancora più speciale dalle note avvolgenti di Kimbo Sparkling Coffee; Tu vuò fa l'americano, un omaggio al maestro Carosone, dove la soda è sostituita dallo Sparkling; Mi- Na (Milano-Napoli), una speciale creazione che unisce l'essenza di queste due bellissime città protagoniste della serata, grazie al

Fernet da bere ghiacciato e al caffè che ritroviamo nello Sparkling Coffee e, infine, Plata o Caffè, per un drink dai sapori sud-americani grazie allo spirito d agave, che si unisce alla perfezione con le note fresche del lime e di quelle decise della nuova bevanda Kimbo. La degustazione è stata accompagnata da Lolla Fedolfi, DJ di fama internazionale, che ha suonato gli ultimi successi pop del panorama mondiale e da alcuni influencer di spicco come Soleil Sorge, personaggio televisivo con un grande seguito anche sui social, e alcune influencer lifestyle come Giulia Lai, Chiara Piscedda, Daniela Roncaletti, Arianna Ventura, Fabiana Russo e Rachele Moscatelli. L'evento si inserisce nella più ampia campagna di comunicazione Out Of Home dedicata a Kimbo Sparkling Coffee che vedrà per un interno la personalizzazione dei battelli in transito sulle vie fluviali del Naviglio. La scelta del battello non è

stata casuale: dalla primavera scorsa è stata attivata per la prima volta la navigazione turistica sostenibile sui Navigli. Un servizio che viene esteso ai comuni lungo tutto il naviglio grande: da Milano ad Abbiategrasso e lungo l'asta verticale del canale fino a Turbigo, nodo delle idrovie collegate alla provincia di Varese. La scelta di Kimbo verso questa tipologia di mezzo pubblicitario è stata quindi dettata anche dalla sempre più sentita vicinanza dell'azienda alla filosofia green. Il battello brandizzato Kimbo tornerà a navigare sul Naviglio fino all'11 luglio e toccherà le fermate di: Alzaia Naviglio Grande, Vicolo Lavandai, Santa Maria delle Grazie sul Naviglio, Palazzo Galloni, Chiesa san Cristoforo, Naviglio Pavese e Darsena di Milano. + Scheda e news: Kimbo S.p.A. Tu cosa ne pensi? Scrivi un commento (0)

26 giugno: allo CSAC le musiche della pubblicità televisiva e delle sigle dei programmi TV

LINK: <https://www.unipr.it/notizie/26-giugno-allo-csac-le-musiche-della-pubblicita-televisiva-e-delle-sigle-dei-programmi-tv>

26 giugno: allo CSAC le musiche della pubblicità televisiva e delle sigle dei programmi TV. Alle 21 al Centro Studi e Archivio della Comunicazione dell'Università di Parma, nell'Abbazia di Valserena, concerto dei solisti del gruppo 'Controluce'. Protagonisti i brani di tante trasmissioni e 'Caroselli' Parma, 17 giugno 2022 - Domenica 26 giugno, allo CSAC-Centro Studi e Archivio della Comunicazione dell'Università di Parma (Abbazia di Valserena - via Viazza di Paradigna 1 - Parma), si terrà alle 21 il concerto 'Signore e Signori, Buonasera!' con i solisti del gruppo 'Controluce'. Il concerto verte su due tipologie di musiche scritte per la TV: quella dedicata alla pubblicità e le sigle di programmi televisivi. Per quanto riguarda la musica degli spot pubblicitari, il riferimento è a 'Carosello', un format andato in onda per vent'anni a partire dal 1957 dopo il telegiornale della sera, che per ogni puntata presentava quattro (diventati poi sei) spot pubblicitari. Ogni spot era strutturato in uno spettacolo di 1 minuto e 45 secondi rigidamente

separato e distinguibile dalla parte pubblicitaria, alla quale venivano riservati 30 secondi in coda alla storia. La formula del 'Carosello' ebbe un enorme successo. Alle sceneggiature e alla regia collaborarono grandi firme del cinema e del teatro, e le storie erano brevi sketch che interpretavano - a volte in chiave comica - la società del tempo con un linguaggio semplice e diretto, utilizzando spesso luoghi comuni e stereotipi della nascente società dei consumi e della cultura popolare. Le musiche per gli spot erano molto spesso brani originali, cosa che ora difficilmente accade, e se si considera che ogni 'pubblicità' andava in onda una sola volta, si può avere un'idea dell'impegno creativo e produttivo che richiedeva 'Carosello'. Motivo di novità fu l'introduzione dell'animazione, con la quale furono realizzati alcuni degli spot fra i più famosi: dall'Omino coi baffi (caffettiera Bialetti), a Calimero (Mira Lanza), La Linea (pentole Lagostina), Caballero e Carmencita (caffè Lavazza), Papalla (Philco). L'archivio dello CSAC è strettamente

collegato alla storia di Carosello, poiché conserva alcuni degli archivi di grafica che hanno creato i personaggi e storie che sono rimasti nella memoria collettiva, a cominciare dal fondo di Armando Testa. Anche nelle sigle dei programmi troviamo brani indimenticabili, come la sigla di Rischiatutto o il brano di Gianni Ferrio cantato da Mina Non gioco più sui titoli di coda di Milleluci, così come anche la sigla finale Conversazione dello show Sabato Sera del 1967, composta da Bruno Canfora e cantata sempre da Mina. Chi non ricorda poi la musicchetta di Casa Vianello di Augusto Martelli? Tutte musiche originali, composte per questo scopo. La Rai, infine, si superò nelle sigle di inizio e chiusura dei programmi, disegnate da Erberto Carboni il cui fondo è conservato allo CSAC, con due brani che sono entrati nei ricordi indelebili di due generazioni: inizio trasmissioni con Tutto cangia il ciel s'abbella dal finale del Guglielmo Tell di Gioacchino Rossini e, per la fine delle trasmissioni, addirittura un brano di musica contemporanea: Armonie del pianeta

Saturno di Roberto Lupi. I solisti di Controluce reinterpretano questi brani trasformandoli in parti di contrappunto, temi con variazione, medley e brani Jazz: to play, jouer, spiel, in un gioco di musica e s t r e m a m e n t e coinvolgente. Prenotazione obbligatoria Ingresso Euro 5 a persona comprensivo di concerto e consumazione
Informazioni e prenotazioni: tel. 0521 033655 (mart./merc./giov. ore 10-13) - e-mail
Programma Inizio trasmissioni RAI Piano TG Interlude Dadaumpa Latin S p o t (C a f è Paulista/Lines/Talmone) Almanacco del giorno dopo / All Blues Peroni Barilla:Tema con variazioni The Addams Family Casa Vianello - **Fernet Branca** 90° minuto Rischiatutto Dufour Non gioco più Conversazione Lagostina-Supertrim Looney Tunes - The Simpsons - Birdland Fine trasmissioni RAI La notte è piccola Media allegati: Creato il Venerdì, 17 Giugno, 2022 - 13:43 | Pubblicato il Venerdì, 17 Giugno, 2022 - 13:52 da ufficio.stampa - Ufficio stampa

12 Amaro Cocktails for the Modern Drinker

LINK: <https://punchdrink.com/articles/amaro-cocktail-recipes/>



12 Amaro Cocktails for the Modern Drinker June 16, 2022 Story: Punch Staff photo: Lizzie Munro Cocktails 12 Amaro Cocktails for the Modern Drinker June 16, 2022 Story: Punch Staff photo: Lizzie Munro Our favorite low-lift bitter drinks in every style. Between the countless classic Italian bottles and a crop of new-school expressions, the booming world of amaro shows no signs of slowing. Thankfully, the vast category offers equally vast options for mixing in cocktails. And while you can't go wrong serving amaro neat as a digestivo, the ingredient's rich, bittersweet and herbal complexity--from bracing **fernet** to subtly smoky Sfumato--make it a versatile, hardworking ingredient, whether it's standing in for sweet **vermouth** in a Manhattan or forming the base of a low-proof Julep. Without further ado, here are our favorite easy amaro cocktail recipes. Recipe King s

Cobbler Amaro Sfumato brings a bitter smoky note to this twist on a classic cobbler. Recipe The Waterfront "The darkest Dark 'n' Stormy" courtesy of **Fernet-Branca** evangelist Damon Boelte. Recipe Mezcaletti Mezcal and Amaro Meletti--need we say more? Recipe False Start A mix of tequila, Cardamaro, rosso **vermouth** and Cynar that's rich but surprisingly light on its feet. Recipe Jelena A harmonious two-ingredient drink with a jolt of nitrogen. Recipe Darryl Strawberry A fruit-forward Amaro Montenegro and rum cocktail. Recipe Hop Skip Jump Bitter Cynar and **Punt e Mes** complement the hoppy aromas of American Pale Ale. Recipe The Bitter Swagger Pisco, egg white and amaro shaken together for a "total cocktail nerd drink." Recipe Cynar Julep A julep built on Cynar instead of bourbon. Recipe Second Serve A softer-hitting drink combining Amaro Montenegro and fino sherry in a friendly Spain vs. Italy matchup. Recipe

Color in Your Cheeks A silky-smooth sour with a bitter bite courtesy of **Fernet-Branca**. Recipe Amaro Caldo This cocktail is about as easy as it gets--just add water. Drink with us. Get our freshest features and recipes weekly. Close Thank you for subscribing! Email This site is protected by reCAPTCHA and the Google Privacy Policy and Terms of Service apply. Submit By clicking Go, I acknowledge that I have read and agree to Vox Media's Privacy Policy and Terms of Use and agree to receive news and updates from PUNCH and Vox Media. This site is protected by reCAPTCHA and the Google Privacy Policy and Terms of Service apply.

BOTTLE SERVICE



DRINK HOUR

Mescolato, non agitato Trucchi da maestro per perfetti cocktail “Stir&Strain”.

di Betsy Andrews

«IL PRIMO GIORNO DI SERVIZIO è stato un ottovolante emotivo. Sapevo che gli occhi erano puntati su di noi e desideravo che tutto fosse perfetto» — dice Shannon Tebay, la prima donna dopo quasi 100 anni a capo del leggendario American Bar del Savoy Hotel e prima statunitense in assoluto. Quando Tebay e il suo team hanno indossato le giacche bianche, lo scorso ottobre, il più antico cocktail bar di Londra era reduce da una chiusura di oltre un anno a causa del Covid-19. «Non appena gli ospiti sono entrati, Jon Nickoll si è seduto al piano e ha iniziato a suonare “Fly Me to the Moon”, ho capito che sarebbe stata una bella nottata».

I suoi ospiti ne sono stati certi quando, afferrando uno dei mixing glass di oltre 128 anni, Tebay ha miscelato loro un cocktail. Il tintinnio del bar spoon, il rumore del ghiaccio, il delicato splash dell'elisir setoso versato nel bicchiere è ciò che li aveva condotti fin lì: un sorso cristallino di storia insieme all'inebriante promessa di ciò che verrà; il riemergere di tutti i progetti che si erano interrotti e che ora erano pronti a tornare in vita, con nuove e più vigorose intenzioni.

Nonostante Harry Craddock, nel lontano 1930, avesse riempito il suo *The Savoy Cocktail Book* di ricette di Martini shakerati, il vero predecessore di Tebay non è tanto Craddock quanto Ada Coleman, la capo barista che lui sostituì. Unica altra donna al comando dell'American Bar, Coleman ha tenuto il timone dal 1903 al 1935. Lì è diventata celebre per il suo *Hanky Panky*: gin, vermouth dolce e un goccio amaricante di Fernet-Branca, in una libagione generosa ma equilibrata che prende vita in pochi e magistrali giri di cucchiaino. Forse è proprio questo il tipo di drink che si addice ai nostri giorni: meno rumore, più chiarezza. Dimenticate le shakerate a gomiti larghi e il frastuono del ghiaccio contro il metallo. Al posto del clangore, abbracciate la musica meditativa del mixing glass. Seguite passo passo la guida di Tebay, e potrete prepararvi un cocktail perfettamente mescolato.



The Monarch

TEMPO TOTALE: 5 MINUTI
DOSI PER: 1 PERSONA

In questo cocktail in stile Martini, il liquore al pompelmo conferisce un sapore citrico ed esalta le note di agrumi presenti nel Lillet Rosé. Il gin qui è meno pungente del solito e aggiunge un tocco piacevolmente secco, che si abbina perfettamente al sapore fruttato del drink.

- 60 ml di dry gin
- 30 ml di Lillet Rosé
- 8 ml di liquore al pompelmo
- 1 goccio di Peychaud's Bitter
- Cubetti di ghiaccio
- 1 scorzetta di pompelmo

Versate il gin, il Lillet Rosé, il liquore al pompelmo e il Peychaud's Bitter in un mixing glass; riempitelo quasi del tutto con dei cubetti di ghiaccio. Mescolate fino a quando non è ben amalgamato, raffreddato e diluito, per circa 40 secondi. Versate il miscelato attraverso uno strainer in una coppa Martini. Guarnite con una scorzetta di pompelmo e servite. — SHANNON TEBAY, AMERICAN BAR, SAVOY HOTEL, LONDRA

TRUCCHI DA STIR



1. RIDURRE

«Trovo stimolante usare pochi ingredienti», dice Tebay, che di solito dosa gli ingredienti dalle quantità più piccole a quelle più grandi, che corrispondono anche ai meno e ai più costosi. «Così, se combini qualche pasticcio mentre lavori, sprechi meno denaro», spiega. E il suo mixing glass preferito è un semplice bicchiere da una pinta (si rompono raramente, e anche se succede, che problema c'è?).

2. RAFFREDDARE

Tebay suggerisce di aggiungere il ghiaccio nel mixing glass per ultimo, perché l'equilibrio di un buon cocktail mescolato è dato proprio dalla giusta quantità di ghiaccio che si scioglie negli spiriti. «Aggiungerlo alla fine serve a ottenere un drink più omogeneo, ben diluito e pronto per essere servito alla giusta temperatura», spiega. Cubetti di ghiaccio grandi, abbondanti e ben freddi consentono un ottimo controllo sul risultato finale.

3. MESCOLARE

«Sia shakerare che mescolare servono per raffreddare e diluire. La differenza sta nella texture — dice Tebay —. Quando si mescola, si conferisce al cocktail una consistenza setosa, che accarezza il palato». È bene inoltre non agitare il drink, ma usare il bar spoon delicatamente, accarezzando il miscelato fino a ottenere il risultato che si desidera. «Basta un movimento sottile del polso». Tebay mescola i suoi drink serviti con ghiaccio per 20-30 secondi, quelli lisci fino a 40.

4. ASSAGGIARE

Tebay consiglia di assaggiare il drink con una cannuccia mentre «si è alla ricerca dell'equilibrio giusto». Ma come si fa? «Bisogna evitare che si scioglia troppo ghiaccio. Ma nemmeno troppo poco, altrimenti il cocktail risulterà oltremodo astringente». Mescola e assaggia, e, se serve, mescola di nuovo. «Quando è ben ghiacciato, con una texture setosa e tutti gli ingredienti si percepiscono bene, allora hai trovato la misura ideale».

5. FILTRARE

Quando si versa un cocktail al cliente, è meglio evitare gocciolamenti o schizzi di ghiaccio. Usate uno strainer che si adatti precisamente al mixing glass, con una molla ben aderente al bordo interno. Se nel vostro bicchiere c'è molto ghiaccio, Tebay suggerisce uno strainer convesso che raccolga i cubetti. In questo caso, come in ognuno degli step per uno stirred cocktail perfetto, ricordate il suo motto: "Work smarter, not harder".

Dream Catcher

TEMPO TOTALE: 5 MINUTI
DOSI PER: 1 PERSONA

Un cocktail che ricorda il Negroni, con un tocco di rosso acceso dato dalle fragole pestate. Il pisco sostituisce l'erbaceo gin e si sposa bene con il sapore dolceamaro dell'Aperol e con il delicato **vermouth** bianco.

- 2 fragole fresche intere piccole, in più volte
- 45 ml di pisco
- 30 ml di vermouth bianco
- 20 ml di Aperol
- Cubetti di ghiaccio
- 1 cubetto di ghiaccio grande

Usando un coltellino, mondate con cura 1 fragola; scartate il picciolo e il torsolo. Pestate delicatamente la fragola in un mixing glass. Infilzate la fragola rimasta con uno spiedino da cocktail e mettete da parte. Aggiungete il pisco, il vermouth e l'Aperol nel mixing glass con la fragola schiacciata; riempitelo quasi fino in cima con dei cubetti di ghiaccio. Mescolate delicatamente il miscelato fino a quando non è ben amalgamato, raffreddato e diluito, per 20-30 secondi. Versatelo attraverso uno strainer in un bicchiere tumbler, sopra un singolo cubetto di ghiaccio grande. Guarnite con la fragola e servite. — SHANNON TEBAY, AMERICAN BAR, SAVOY HOTEL, LONDRA

Shadow Woman

TEMPO TOTALE: 5 MINUTI
DOSI PER: 1 PERSONA

In questo cocktail d'altri tempi, il brandy alla pera regala uno sprint fruttato, mentre il miele una dolcezza sottile. Grazie al bourbon, si aggiunge un accento pungente che non diventa mai predominante.

- 45 ml di bourbon
- 15 ml di brandy alla pera
- 1 cucchiaino di miele
- 2 dash di Angostura bitter
- Cubetti di ghiaccio
- 1 cubetto di ghiaccio grande
- 1 scorzetta di arancia
- 1 scorzetta di limone

Versate bourbon, brandy, miele e bitter in un mixing glass; riempitelo quasi fino in cima con dei cubetti di ghiaccio. Mescolate delicatamente il miscelato fino a quando non è ben amalgamato, raffreddato e diluito, per 20-30 secondi. Versatelo attraverso uno strainer in un bicchiere tumbler, sopra un singolo cubetto di ghiaccio grande. Guarnite con le scorzette di arancia e limone e servite. — SHANNON TEBAY, AMERICAN BAR, SAVOY HOTEL, LONDRA



 **COCKTAIL**
LA RICETTA

SE IL ROSOLIO REINVENTA UN CLASSICO

All'interno dell'hotel Viu, in zona Chinatown, si nascondono il ristorante dello chef Giancarlo Morelli e un elegante cocktail bar, il Bulk, guidato dal bar manager Ivan Patruno.

Il cocktail «Con "The Dark Side of Negroni" ho voluto esplorare il "lato oscuro" del Negroni, con un twist di carattere. Il drink si prepara con Belvedere Vodka Heritage 176, rosolio di bergamotto, bitter Campari e vermouth bianco. Da servire con una sfera di ghiaccio».

♦ f.m.

► La videoricetta
su vivimilano.it



Chi è

Ivan Patruno, 33 anni,
bar manager

Dove lavora

Bulk Bar

Via Aristotile Fioravanti 4

Tel. 02.80.01.09.18

www.morellimilano.it



Lucius Dry Gin: arriva dal Piemonte il gin al gorgonzola

LINK: <https://www.bargiornale.it/spirit/lucius-dry-gin-arriva-dal-piemonte-il-gin-al-gorgonzola/>



Lucius Dry Gin: arriva dal Piemonte il gin al gorgonzola Di Giuseppe Stabile - Territorialità e innovatività caratterizzano questo gin artigianale, primo prodotto della startup Alfa Spirits, fatto con botaniche piemontesi, a cominciare dal famoso formaggio erborinato. È ispirato a San Lucio, patrono dei casari, Lucius Dry Gin. Una dedica non casuale per questo nuovo gin che ha proprio in un prodotto caseario il suo ingrediente caratterizzante: il gorgonzola, il re dei formaggi Dop dell'area piemontese-lombarda. L'idea è di tre giovani amici piemontesi, Alessandro Belletti, Alessandro Romussi e Fabio Mainini, fondatori della startup Alfa Spirits, proprietaria del brand, che hanno voluto fare il loro ingresso nel mondo spirit con un prodotto che esaltasse le eccellenze del Piemonte. I tre fondatori di Alfa Sprits: Alessandro Belletti, Alessandro Romussi e Fabio Mainini I fondatori di Alfa

Spirits con la barlady Cinzia Ferro, proprietaria dell'Estremadura Cafè di Verbania, locale dove il nuovo gin è stato presentato. Per farlo non hanno puntato però su ingredienti più tradizionali per un distillato, come la nocciola Piemonte o i fiori di sambuco, ma hanno scelto di concentrare la loro ricerca sul formaggio erborinato, la cui produzione oggi è in gran parte nel novarese, zona di origine dei tre e dove ha sede Alfa Spirits, dando così al loro gin oltre al marcato carattere territoriale anche un forte elemento di innovatività. Lucius Dry Gin è frutto di un lungo lavoro di studi ed esperimenti, durato circa un anno e mezzo, durante il quale i tre soci si sono dapprima focalizzati sulla ricerca del modo migliore per distillare il gorgonzola, per poi passare a quella delle botaniche che permettessero di ingentilirne al meglio il sapore e ottenere un prodotto finale

perfettamente equilibrato e armonioso. Lavoro condotto con l'ausilio di un noto mastro aromatiere, con oltre 40 anni di esperienza nel campo, le cui conoscenze hanno permesso di trovare la quadra e perfezionare la ricetta. Botaniche piemontesi Ricetta che prevede, oltre al gorgonzola, altre tre botaniche, sempre di matrice piemontese: il ginepro che cresce naturalmente sulle montagne della Val d'Ossola, una varietà dal gusto particolarmente aromatico e da intense note resinose che ben si accompagnano ai sapori forti del formaggio, muschi e licheni, altre botaniche inusuali nel mondo gin ma che, con le loro note sia erbose sia legnose, conferiscono al prodotto un sapore più complesso, in grado sfumare i contorni, di armonizzare, senza coprire gli altri elementi. Botaniche, queste ultime tre, accuratamente raccolte a mano e nel completo

rispetto delle risorse naturali, grazie ad accordi che l'azienda ha stretto con raccoglitori locali. Prodotto in piccoli lotti, Lucius Dry Gin viene ottenuto con un processo artigianale che prevede la macerazione in alcol di cereali biologico e distillazione separata delle botaniche. I distillati vengono infine uniti per ottenere un dry gin (alc 41% in vol) molto particolare. Al naso porta il sentore sapido e stagionato del gorgonzola, abbracciato da profumi montani che ricordano la provenienza di ginepro, muschio e lichene, mentre al palato la mineralità del formaggio erborinato è accompagnata dalla balsamicità delle altre botaniche che donano a questo gin una sorprendente morbidezza, per un finale persistente balsamico e inaspettatamente fresco. Nuovi sapori alla miscelazione Ottimo anche da servire in purezza, Lucius Dry Gin è stato pensato per la miscelazione, oltre che per un Gin&Tonic, abbinandolo con una tonica neutra, prestandosi alla realizzazione di innovativi cocktail ma anche alla rivisitazione di grandi classici. Un esempio delle potenzialità di questo gin è stato offerto durante la sua presentazione all'Estremadura Cafè, a

Verbania, dalle ricette create per l'occasione da Cinzia Ferro, proprietaria del locale e regina della miscelazione italiana. Lucius Tini, interpretazione del Martini Cocktail con Lucius Dry Gin e **vermouth** bianco, completato da una guarnizione composta da una lacrima di gorgonzola Dop e un bastoncino di pera. Lucius brinda al Cardinal Negroni, cocktail con il quale la barlady ha reso omaggio al Negroni e a una delle sue rivisitazioni più raffinate, il Cardinale, e preparato miscelando il gin a **vermouth** bianco e bitter verde. E Novara Sling, che invece rende omaggio a uno dei cocktail più importanti e complessi della storia della miscelazione, il Singapore Sling (gin, Cherry liqueur, Cointreau, Dom Benedictine, succo fresco di ananas, succo fresco di lime, granatina, Angostura bitters), creato nel 1915 da Ngiam Tong Boon, bartender del Raffles Hotel di Singapore. Nel drink firmato da Ferro Lucius Dry Gin si unisce a genepi, liquore alla camomilla, succo di albicocca, infuso di camomilla, succo di limone, sciroppo di amarena e bitter al cioccolato. REGISTRATI SU PREMIUM.BARGIORNALE.IT E SCARICA LO SPECIALE GIN Le ricette di Cinzia Ferro Lucius G&T Ingredienti: 5 cl Lucius Dry

Gin, Tonic water Indian, bacche di ginepro, fettina sottile di pera, foglia di salvia Preparazione: build Decorazione: fettina sottile di pera, foglia di salvia Bicchiere: highball Lucius Tini Ingredienti: 5 cl Lucius Dry Gin, 1 cl **vermouth** bianco, lacrima di Gorgonzola Dop piccante, bastoncino sottile di pera Preparazione: Stir & strain Decorazione: lacrima di gorgonzola dop su un bastoncino e bastoncino di pera Bicchiere: Coppa Martini Lucius brinda al Cardinal Negroni Ingredienti: 3 cl Lucius Dry Gin, 3 cl bitter verde, 3 cl **vermouth** bianco, 1 barspoon liquore alla genziana Preparazione: build Decorazione: radice di genziana e un rametto di timo Bicchiere: Old fashioned Novara Sling Ingredienti: 4 cl Lucius Dry Gin, 1,5 cl genepi, 1 cl liquore alla camomilla, 6 cl succo di albicocca, 6 cl infuso di camomilla, 1,5 cl succo di limone, 1 cl amarena syrup, 1 dash di bitter al cioccolato Preparazione: Shake & strain Decorazione: una amarena fresca o sciroppata e fiori di camomilla Bicchiere: Highball

Al via la prima edizione della Settimana del **Vermouth** di Torino

LINK: https://www.ansa.it/canale_terraegusto/notizie/prodotti_tipici/2022/06/11/al-via-prima-edizione-della-settimana-del-vermouth-di-torino_583ab...

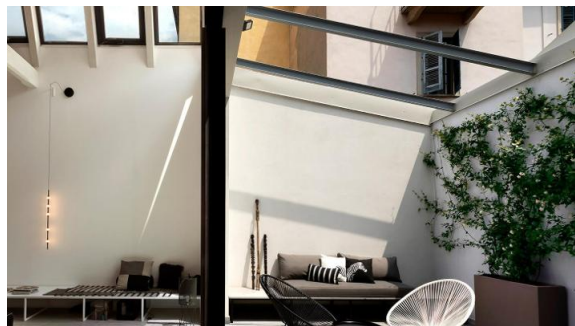


Al via la prima edizione della Settimana del **Vermouth** di Torino. L'iniziativa del Consorzio di tutela è rivolta a locali e barman. Redazione ANSA ROMA. Una settimana interamente dedicata al **Vermouth** di Torino Igp, vino aromatizzato italiano: è quanto proposto dal Consorzio del **Vermouth** con una prima edizione di promozione in programma dal 26 giugno al 2 luglio. La prima edizione della Settimana del **Vermouth** di Torino è rivolta a locali e barman per promuovere e diffondere la tradizione e trasversalità dello storico prodotto che ha origini in Piemonte a partire dal 1800. Locali barman sono invitati a sperimentare nuove ricette per la preparazione di un cocktail, utilizzando il **Vermouth** di Torino. Il **Vermouth** di Torino, il cui nome deriva dal termine tedesco wermut che definisce l'Artemisia absinthium (assenzio maggiore) e che è base aromatica principale nella

preparazione del vino aromatizzato, è classificato in base al colore (Bianco, Ambrato, Rosato o Rosso) e alla quantità di zucchero impiegata nella sua preparazione. Il disciplinare prevede anche la tipologia **Vermouth** Superiore che si riferisce a prodotti con un titolo alcolometrico non inferiore a 17% vol., realizzati con almeno il 50% di vini piemontesi e aromatizzati con erbe, diverse dall'assenzio, coltivate o raccolte in Piemonte. Il Consorzio, costituito nel 2019, raggruppa oggi 27 aziende storiche che producono e distribuiscono in tutto il mondo.

DI IERI E DI OGGI LA CASA è aperta

LINK: https://www.lastampa.it/torinosette/2022/06/10/news/di_ieri_e_di_oggi_la_casa_e_aperta-5374152/



TorinoSette Eventi Rubriche Obiettivo su Pop&Jazz Teatro Musica classica Cinema&TV In famiglia Appuntamenti Edicola DI IERI E DI OGGI LA CASA è aperta L' 11 e il 12 con "open house" è possibile visitare 120 luoghi 10 Giugno 2022 alle 07:30 2 minuti di lettura L'abito non farà il monaco, ma una casa dice molto su chi la abita e su chi l'ha fatta costruire. Abitazioni private, palazzi storici, ex fabbriche, scuole, biblioteche, luoghi di culto, alberghi, cliniche e caserme raccontano gusti e abitudini di chi li ha attraversati e anche la storia di un'intera città. Per questo a Londra nel 1992 è nato il network Open House Worldwide, con oltre 50 affiliati in tutto il mondo che ogni anno aprono al pubblico siti privati e non, difficilmente accessibili. La quinta edizione di Open House Torino, a cura dell'omonima associazione, è sabato 11 e domenica 12 giugno con 120 luoghi visitabili liberamente con ingresso in ordine di arrivo (solo per

alcuni prenotazione obbligatoria: openhousetorino.it, sul sito anche l'elenco di tutti gli edifici, parchi e giardini aderenti, con orari di apertura e mappa su cui costruire il proprio itinerario tra Torino e dintorni). Più unica che rara l'opportunità di entrare negli appartamenti ottocenteschi di Luigi Rossi, l'erborista che insieme all'imprenditore Alessandro Martini creò nel 1863 il mitico **vermouth**, bevanda iconica mondiale da 150 anni distillata a Pessione, dove oltre alla casa ci sono cantina, musei e stabilimenti (piazza Luigi Rossi 2). La Torino del futuro fa invece capolino nel Precollinear Park, un parco verde lungo 800 metri sugli ex binari del tram da Ponte Regina Margherita a piazza Hermada: unico parco al mondo su un ponte, è allestito con bar container, uno spazio mostra e arredi urbani a uso della collettività. Per gli appassionati di vecchi tram elettrici, il primo sfrecciò a Torino nel 1898, è da

vedere anche il piccolo museo sulla storia del trasporto cittadino nella stazione di partenza della Dentera (piazza Guastavo Modena 6), la tranvia a cremagliera di Sassi che da quasi un secolo collega il borgo precollinare a Superga. Simbolo della Torino contemporanea sono gli avveniristici edifici dell'Innovation Mile, l'ex passante ferroviario che attraversa la città da corso Mediterraneo a Borgo Dora e Borgo Aurora, dove si possono visitare gli ultramoderni loft dominati da vetro e cemento ricavati nelle ex fabbriche: open space con spazi verdi per far fronte alle nuove esigenze abitative e di lavoro come Loft 19 (via Mantova 19) e Factory 37 (via Verona 37). E poi la Nuvola Lavazza (via Bologna 32), ex impianto Enel che ospita museo e centro direzionale del leggendario caffè torinese. Tra gli esempi di riconversione di edifici industriali anche il DoubleTree by Hilton Turin

Lingotto (via Giacomo Mattè Trucco 1), hotel alle spalle dell'ex stabilimento Fiat Lingotto progettato dall'archistar Renzo Piano nel 2003, raffinato simbolo internazionale dell'architettura e del design made in Italy. Tra gli edifici più antichi spicca l'Abbazia di Pulcherada nel centro storico di San Mauro Torinese, l'abbazia benedettina fu costruita nel X secolo su un preesistente insediamento romano, le cui origini coincidono con quelle della stessa Torino, o meglio, di Augusta Taurinorum, fondata nell'VIII-IX secolo su una pianura abitata già nel VII-III secolo a.C. dalla popolazione celto-ligure dei Taurini. E poi ancora, il Condominio 25 Verde, «foresta abitabile» con 63 appartamenti avvolta da un rigoglioso giardino verticale (via Chiabrera 25), l'aristocratico e barocco Palazzo Birago, progettato nel 1716 da Filippo Juvarra (via Carlo Alberto 16), il cimitero monumentale, dove è di recente stata scoperta la tomba di Pelagio Palagi. Da non perdere infine la «fantascientifica» ex Cartiera Burgo a San Mauro Torinese, firmata dal celebre architetto brasiliano Oscar Niemeyer. -- © RIPRODUZIONE RISERVATA

Drink e colori Il gusto anche per gli occhi

Il bartender Emilio Rocchino propone nei suoi "Spirits Boutique" di Olbia e Cagliari un'ampia scelta di aromi e armonie cromatiche

Cocktail alla frutta
e poco alcol
Il bere di classe
conquista anche
i più giovani

È
nicchia de

di Paolo Ardovino

L'estate «dei colori», quelli da bere. Non basta più soddisfare il senso del gusto e da quando il mondo dei cocktail è uscito dalla

avanguardia ancora di più il suo pubblico serve colpire all'occhio. Drink buoni, mix di sapori possibilmente con tocchi esotici e meno alcol del solito, e componente ottica: a partire dai bicchieri, che abbandonano le classiche forme e diventano involucri variegati.

LE PROPOSTE

La parola va a Emilio Rocchino, bartender di fama nazionale, ideatore del marchio "Macchia" con cui produce vermouth, gin, vodka e bitter, il suo "Spirits boutique" in via Cavour a Olbia è diventato negli anni un

piccolo tempio del buon bere, e da pochi mesi ha aperto un secondo punto in via Dettori a Cagliari. «Si punta sui colori - dice per sé ma parla anche della tendenza generale -

Sicuramente vanno di più i long drink rinfrescanti, quelli fruttati e low alcol». Proprio così, cresce la richiesta di aumentare la qualità delle bevande - ormai l'abitudine al drink altolcato ha coinvolto anche le fasce più giovani - e diminuisce la gradazione alcolica. «È quello che chiede una grande parte della clientela, magari con un tocco di zenzero che piace ancora molto. Il Gin è sulla cresta dell'onda, ma anche la tequila». Ma in percentuali minori, tanto che lo stesso menù dello Spirits, spiega Rocchino, oltre a una decina di cocktail alcolici prevede ormai una sezione stabile e ricca di analcolici.

IDISEGNI

«Colori accesi, magari anche con richiami agli anni Novanta: per esempio è così che è nata la nostra rivisitazione dell'Angelo azzurro - spiega la sua lista dei drink estiva - . Poi abbiamo drink rosa, uno verde radioattivo, il Martini ha una decorazione particolare...». Sì, il Banský Martini si appresta a diventare uno dei cavalli di battaglia dell'estate 2022 dello Spirits boutique. Gin Roku mischiato a due liquori, succo di limone, bitter al ginepro e champagne.

E attaccato al bicchiere, con una cordicella, un piccolo palloncino di elio. Nel suo e nei locali della vita notturna è arrivato il bicchiere tiki style, che riprende atmosfere tropicali e oceaniche. Ma sul tema, Emilio Rocchino si supera nella proposta del David. Rum Matusalem, brandy, Disaronno, ginger beer e succo all'ananas e al limone. Servito all'interno di un mezzobusto del David di Michelangelo. Chapeau, direbbe Antonio Cassano. Anche il menù cambia e punta a sorprendere: le proposte non sono più solo scritte ma anche disegnate, dalla matita di Alessio Sardiello.

COCKTAIL BAR

«Durante l'inverno studiamo ogni anno una nuova lista di drink per



l'estate, e così al contrario quando siamo a settembre. Fondamentalmente è importante basarsi sulla stagionalità dei prodotti – dice il bartender di origini campane e ormai sardo d'adozione –. Col calendario in mano, si decidono frutta, verdura e ortaggi che offre il mercato da aprile a ottobre». Il suo locale, tra i principali nell'isola nel settore della miscelazione, ha conquistato posti nelle guide dei migliori bar d'Italia e del Gambero rosso, e dallo scorso inverno si è sdoppiato. Da Olbia a Cagliari, «passo metà settimana in ognuno – si racconta –. Come prevedibile, come accaduto anche alla nostra prima apertura, all'inizio si fa fatica a capire ciò che proponiamo. A Cagliari il target è ancora prevalentemente adulto. A Olbia invece ci sposteremo in un posto più centrale, sempre al centro storico, l'idea è proporre pinza e cocktail e il punto di via Cavour rimarrà come una sorta di laboratorio».

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



I migliori gin che abbiamo provato al Roma Bar Show (e che puoi provare anche tu)

LINK: <https://www.gqitalia.it/lifestyle/article/migliori-gin-roma-bar-show-dove-comprare-online>



I migliori gin che abbiamo provato al Roma Bar Show (e che puoi provare anche tu) Dalla Scozia, all'Islanda fino alla Puglia, il gin è globale: dove acquistare online i migliori distillati premium che abbiamo assaggiato di Alberto del Giudice 8 giugno 2022 Facebook Twitter Pinterest A Roma non è stato solo Bar Show, ma anche lo spettacolo dei migliori gin del momento. Tutti si aspettano che prima o poi la moda del gin verrà soppiantata da qualche altro distillato o da un liquore, ma sono oramai diversi anni che il gin domina il mondo della miscelazione. E sembra aver anche conquistato il mondo, poiché lo si produce in quasi tutto il mondo. Nel 2021 il mercato globale del gin aveva un valore di 14 miliardi di dollari. Si prevede che possa raggiungere i 18,6 miliardi di dollari entro il 2027, con un tasso annuale di crescita del + 4,9%. Inoltre, scopriamo che l'80% della

produzione britannica di gin sia legata alla Scozia e da qui proviene un'ingente quantità del distillato di ginepro che si consuma in Italia. Inclusi pregiatissimi gin artigianali. Un "patrimonio" sostenuto fortemente dallo Scottish Development International, l'agenzia governativa che promuove i rapporti commerciali tra la Scozia e i mercati esteri, in settori prioritari, come quello del food and beverage. Ecco che cosa significa fare sistema. Mentre le tante distillerie di Gin sbocciano in Italia nell'ultimo decennio ancora si muovono e promuovono in ordine sparso. Un peccato. Pertanto cominciamo la nostra rassegna da quattro formidabili gin scozzesi, per poi toccare diversi angoli, o meglio distillerie, dell'Europa. Alla ricerca dei migliori gin da provare anche a casa. Porter's Orchard Gin - Su Svinando a 35EUR Lo swing scozzese Se l'insieme degli Scotch Whisky sono la musica

classica della distillazione, i gin della scozzesi hanno il timbro dello swing. Persino quelli più meditativi da gustare in purezza o al massimo con un cubetto di ghiaccio. Porter's Orchard Gin è la prima chicca. La distillazione avviene a temperature il più basse possibile, così da catturare meglio gli aromi delle botaniche impiegate, delle quali emergono in particolare la mela verde e la pera, quasi che si abbia la sensazione di bere un sidro molto alcolico (ma siamo comunque sui 40%). È questo quindi un gin rotondo strutturato, con una leggera nota dolce, ma senza aggiunta di zucchero. Lo troviamo in offerta su Svinando a 35 euro, nel formato da 70 cl. Brewdog Lonewolf Gin - Su Amazon a 40,60EUR Il lupo solitario Lo swing punk di Brewdog Lonewolf Gin deriva in gran parte dal fatto che il distillato è stato concepito da una famosa birreria di Aberdeen. È ottenuto con 15 botaniche, ma

soprattutto la distilleria impiega 5 volte di più la quantità di ginepro solitamente impiegata nei London Dry Gin. Dà quindi una nota davvero particolare al Gin Tonic, con una soda non troppo invadente. Su Amazon lo troviamo a 40,60 euro. Arbikie Highland Estate Nàdar Gin - Su Farrowine a 39,90EUR Il Miles David dei gin Arbikie Highland Estate Nàdar Gin è forse il John Coltrane oppure il Miles Davis dei gin. Una sorta di Kind of Blue, capolavoro assoluto dello swing. Frutto non a caso di una distilleria oltre che gin, di whisky vodka, che tende a sovvertire più di una regola in nome della sostenibilità ambientale come della ricerca della purezza. La famiglia Stirling prima ancora che essere una famiglia di distillatori è una famiglia di fattori, contadini insomma. Il loro Gin (Nàdar in gaelico significa naturale) è distillato a base di piselli (coltivati in loco) ed è il primo Climate Positive Gin al mondo. Le piante di piselli coltivate per produrre questo gin contribuiscono a ridurre l'inquinamento atmosferico. Su Farrowine a 39,90 euro. Rock Rose Gin Navy Strenght - Su Amazon a 45,50EUR Un distillato esplosivo Rock Rose Gin Navy Strenght è un gin sotto diversi aspetti estremo. Nasce

all'estremità settentrionale della Scozia e ha una gradazione di 57% se non oltre, come richiede la denominazione dei gin "Navy Strenght". In breve, questa categoria di gin deriva da una imposizione della Royal Navy preoccupata che gin troppo annacquati, se a contatto con la polvere da sparo, potessero comprometterne l'uso. Possiamo pertanto parlare di un gin esplosivo nella mixology. Ottenuto, in questo caso da botaniche selezionate provenienti dal territorio circostante la distilleria di Dunnet Bay. Su Amazon a 45,50 euro. Panarea Gin Sunset - Su Amazon in offerta a 23,20EUR Tramonto sul mare La famiglia Inga, distillatori dal 1832 in Piemonte, ma di origine siciliana, ha utilizzato tutto il proprio know how per produrre due gin che evocassero al meglio i profumi e i sapori mediterranei. Hanno così creato due eccellenze: Panarea Gin Island e Panarea Gin Sunset. Entrambi eleganti e diretti. Ma il Sunset con l'aggiunta di basilico e pompelmo è davvero l'ingrediente perfetto per un gin tonic toccasana, al termine di una lunga giornata al mare. Tutte le botaniche provengono dalla Sicilia a eccezione del ginepro raccolto in Toscana e in

parte in Piemonte. Lo troviamo in offerta su Amazon a 23,20 euro. Gin Engine - Su Tannico a 39EUR Il motore turbo per ripartire Tra i marchi più innovativi nel mondo del gin c'è certamente Engine. Già diventato un'icona, rappresenta anche un segnale che indica la direzione per imboccare nuove strade nel mondo della miscelazione. Distillato Pure Organic, cioè rispettoso il più possibile della natura, a sua volta abbraccia il mondo artificiale dei motori e dell'immaginario motoristico, della velocità, ma anche della lentezza. Il piacere della corsa e il piacere della sosta. Parte di tutto questo si può riassumere anche in un cocktail semplice, ma notevolissimo, concepito con il gin dell'Alta Langa, "Motore Bee Turbo" del bartender Leopardo Todisco: succo di lime, sciroppo allo zafferano, gin Engine e crosta di zucchero alla liquirizia sul bordo della coppetta. È in vendita su Tannico a 39 euro. Elephant Gin Orange & Cocoa - Su Winelivery a 76,80EUR Un elefante per amico Ecco un gin che unisce due continenti, l'Europa e l'Africa. Non solo nella ricetta del distillato, ma anche perché parte del ricavato è destinato alla salvaguardia degli Elefanti.

In pochi anni è già stato raccolto oltre un milione di euro. Ci riferiamo all'ottimo Elephant Gin, nella nuova referenza ora distribuita anche in Italia di Elephant Gin Orange & Cocoa. Il distillato è ottenuto con botaniche tedesche (tra le quali la mela) e tipiche piante africane, quali l'artemisia, bucco del Sudafrica, baobab del Malawi e coda di Leone, a cui in questa variante sono state aggiunte arance fresche intere e fave di cacao tostate. Due dettagli che fanno davvero la differenza. Su Winelivery lo troviamo in prontissima consegna a 76,80 euro. Edgar Sopper London Dry Gin - Su Amazon a 11,49EUR Vero spirito british Solo cinque botaniche estratte in modo naturale, senza aggiunte di aromi, per ottenere l'equilibrio classico di Edgar Sopper London Dry Gin. Oggi distribuito in Italia dal Gruppo Montenegro. Sulla etichetta il Corvo Imperiale protagonista di una irriverente e divertente leggenda con protagonista un corvo che si finse morto sulla Torre di Londra per beccare una guardia imperiale. Lo troviamo su Amazon a 11,49 euro. Bugin Italian Dry Gin - Su Ginshop a 41,92EUR Un gin da masticare, ma non solo Più gustoso di così sarebbe davvero difficile. Non

poteva che nascere in Piemonte Bugin, concepito con l'idea di abbinarlo a carni e a salumi pregiati (ma non solo, anche per insaporirli con massaggi mirati). L'idea nasce da Mario Schiavo, barman e macellaio. Siamo a San Mauro Torinese, dove nel laboratorio artigianale Tasta Food si "ubriacano" le carni. L'inedito pairing compone aperitivo o addirittura pranzi e cene memorabili. Senza esagerare. Su Ginshop a 41,92 euro. Gin Marconi 46 Poli - Su Amazon in offerta a 25,79EUR Un Negroni a Schiavon La regola di un terzo, un terzo un terzo, viene violata nel Negroni di Schiavon. Poiché nella ricetta vi è il Gin Marconi 46 di Poli. Il numero corrisponde infatti all'alta gradazione del gin. Il **Vermouth** Gran Bassano della distilleria s'impone nel dosaggio per il 45%, mentre il resto in parti uguali è destinato al gin e al Bitter Super Taurus. L'insieme assume così un notevole equilibrio con un piacevole tocco d'amaro. Manca solo il classico cicchetto veneto. Su Amazon è attualmente in offerta a 25,79 euro. Himbrimi Old Tom Gin - Su Amazon a 49EUR L'urlatore in Paradiso Mentre scriviamo di questo gin ascoltiamo Shine of Your Crazy Diamond dei Pink

Floyd, che ha poco a che fare con lo swing di cui sopra, ma molto con l'atmosfera che evoca questi due islandesi, Himbrimi Old Tom e Himbrimi Winterbird. Urlatore del Paradiso (Himbrimi appunto) è il nome di un uccello comune in quelle terre gelate e desolate. Dove l'artista ama andare a pescare e sente il bisogno di portare con sé un gin adatto a fargli compagnia e soprattutto a scaldarlo. Così è nato il gin più a Nord del pianeta. Ecco un cocktail glaciale firmato dal brand ambassador Daniele Giannascoli, 2 Dirty Birds: Himbrimi Old Tom e Himbrimi Winterbird; Electric Bitter; Olive Taggiasche; Olio Evo. Su Amazon troviamo l'Himbrimi Old Tom a 49 euro. Muma Gin - Su Amazon a 39,25EUR Un tuffo a mare Ebbene sì, anche in Puglia si produce gin. Muma Gin è un marchio molto legato al territorio, ma persino al mare, la cui acqua è parte della ricetta delle otto botaniche che a loro volta si ispirano alla pianta ottagonale di Castel del Monte, la fortezza fatta costruire da Federico III nel XIII secolo. E qui, come si può immaginar si gioca molto oltre che sulle note agrumate sulle sapide e iodate e nei cocktail con l'oliva ingrediente fondamentale della cucina

pugliese. Su Amazon lo troviamo a 39,25 euro. Fred Jerbis Gin - Su Amazon a 47EUR L'alchimista friulano Federico Cremasco, alchimista ed esperto erborista con il suo marchio Fred Jerbis ha creato tra l'altro due eccellenti e ambiziosi gin: il Gin 43 (il numero si riferisce sia alla quantità di botaniche impiegate sia al grado alcolico) e Gin 7 single barrel con sole 7 botaniche, ma che affina in botti d'acacia. Non sono produzioni industriali, ma frutto di una distillazione artigianale di alto livello, che ha le sue radici proprio nel territorio dove opera, il Friuli. Eppure c'è anche tanta contemporaneità nel Gin 43 in particolare grazie alla sua versatilità nella miscelazione. Su Amazon è in vendita a 47 euro. Leggi i consigli di GQ per i veri appassionati di gin: Il nuovo gin italiano è firmato Peck Moneky 47, il numero magico del gin Il Fructetum vince il titolo di miglior gin italiano Iscriviti alle Newsletter di GQ e resta sempre aggiornato Tags

C'è vita lungo i Murazzi ecco le prime inaugurazioni La vera rinascita a settembre

Il Porto Urbano ha già aperto, a giorni tocca a Giancarlo Uno, poi arriva il vermouth di Peliti's. Più indietro gli altri locali, ma l'obiettivo è di rivitalizzare tutte le arcate entro la fine dell'estate

di **Valentina Dirindin**

Qualcosa si muove sulle rive del Po. C'è stato un tempo, e una generazione, per cui Torino era la città dei Murazzi. Erano il tempo e la generazione scanditi dal ritmo di un Vinicio Capossela che a quel luogo, e a quelle notti popolate di vita e personaggi leggendari, dedicò il suo "Tanco del Murazzo". Quel tempo finì quando ci si rese conto che i Murazzi erano sì delizia, ma anche croce di una città che aveva chiuso più di un occhio sulle norme da rispettare, e che non sempre era riuscita a gestire la movida di quelle serate che si protraevano ben oltre le prime luci dell'alba. I Murazzi nel 2012 chiusero quasi tutte le arcate, segnando la fine di un'epoca e lasciando una generazione orfana di un luogo di ritrovo che aveva dipinto a lungo e con inchiostro indelebile l'anima della

città. Negli anni qualche tentativo di restituire il Lungo Po ai Torinesi c'è stato, ma i risultati non sono mai quasi mai stati quelli sperati. Fino a ieri, quando i Murazzi hanno cominciato un nuovo capitolo con l'inaugurazione di Porto Urbano.

Si tratta del primo dei nuovi locali che verranno, in un progetto che da qui a fine settembre promette di restituire il Lungo Po ai cittadini. «Per la nostra generazione i Murazzi sono stati il luogo di aggregazione per eccellenza», spiega Fabrizio Bocca, capofila, assieme a Marco Brignone di Edit, del gruppo di soci che guida Porto Urbano. «Questo è esattamente quello che vogliamo ricreare: un posto dove si possa stare bene, facendo un aperitivo nella zona più bella di Torino con

prodotti che valorizzino le aziende e le eccellenze piemontesi».

La piemontesità sarà il cuore anche dell'altro progetto che arri-

verà a fine mese, la Vermoutheria Peliti's, messa in piedi da Antonio Salvatore e da Filippo Camedda, che è anche presidente dell'Associazione Murazzi. Il loro sarà un locale dedicato al vermouth di Torino, con basi artigianali piemontesi utilizzate per i cocktail. «Abbiamo preso i locali nel 2015 e negli ultimi anni ci siamo occupati di risolvere le problematiche», spiega Camedda. «Ora siamo finalmente arrivati alla fine, nonostante il Covid e i ritardi sui lavori. A settembre tutte le arcate saranno aperte, e faremo un grande evento di inaugurazione». Insieme a Matteo Castella, Willie Peyote e Pippo Civati, Filippo Camedda aprirà a fine luglio – là dove c'era l'Alcatraz – anche il Capodoglio, un locale culturale dedicato agli eventi live.

L'Associazione Murazzi, poi, gestirà un'altra delle arcate – Contrada Torino – il cui calenda-

rio sarà messo a disposizione di associazioni ed enti della città, che potranno richiedere gli spazi per eventi e mostre. «Con il Comune stiamo gestendo un tavolo tecnico per far tornare i Murazzi a essere un centro culturale, con locali che non siano solo commer-

ciali ma anche aggregativi», spiega Filippo Camedda. «Siamo emozionati, crediamo molto nel progetto: vogliamo un posto dove si balli la sera, ma anche dove vengano le famiglie la domenica».

Dopo Porto Urbano, questa settimana si annuncia una delle ria-

pertura più attese è una delle più attese, simbolo dei Murazzi stessi, quella dell'arcata che fu di Giancarlo Cara. Al suo posto ora c'è Alessandro Aliano, giovane imprenditore che, con i suoi 36 anni, ha ancora avuto il tempo di vivere la coda dei Murazzi di una

volta. «Vogliamo creare uno spazio che nell'animo resti Gianca: artisti, cultura, sperimentazione musicale», dice.

Giovedì "Gianca Uno" riaccenderà i motori, ma l'appuntamento vero è per martedì, con una serata di "coniugazione con il pas-

sato", in cui suonerà Gianluca "Cato" Senatore, storico bassista dei BlueBeaters, accompagnato da un dj set. Stesso format per il martedì successivo, con Paolo Parpaglionone al sax. Poi, avanti per tutta l'estate.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



Il programma delle aperture



Rianimato

Il Porto Urbano è il primo dei nuovi locali ad aver inaugurato ai Murazzi. Tre anni fa aveva già aperto Bomaki (specializzato nei giapponesi uramaki)



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



▲ Tutti pronti

Sopra, lo staff del Porto urbano. Sotto, Giancarlo pronto a riaprire



La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato

IL GIUBILEO

Queen Elizabeth, 96 anni e soltanto un po' di "stanchezza"

A conclusione dei festeggiamenti del Giubileo di Elisabetta II, qualche riflessione sui motivi per cui è una regina così tanto amata dagli inglesi.

“**G**od save the Queen”: pare che l’Onnipotente abbia accolto la richiesta dell’inno con una particolare attenzione per Elisabetta II, visto che musica e parole (c’è pure la versione “God save the King”, ma è in naftalina da quel di) risalgono alla metà del Settecento in onore di Giorgio II. Settant’anni sul trono richiedono un giubileo, ovvero «gridare con gioia», probabilmente dal latino *jubilar*. E Sua Maestà guida il plotone degli incoronati con più giubilei goduti: quello d’argento nel 1977, d’oro nel 2002 e, nel 2012, la festa di diamante.



L'apparizione della regina Elisabetta alla cerimonia del Giubileo

Per mettere in riga il francese Luigi XIV, però, Queen Elizabeth dovrà resistere altri due anni e 111 giorni. E allora si che lei diventerà la regnante più longeva della storia, umiliando, nel contempo, anche il thailandese Rama IX.

Il rito del Gin Tonic, già in voga nei salotti dalla Regina Madre a Clarence House, giunta serenamente ai 102 anni, è stato tramandato alla figlia, pare con altrettanto successo vista la forma clamorosa per una novantaseienne che in questi cinque giorni di caos epico ha denunciato solamente una normale “stanchezza” che l’ha tenuta lontana dal Derby. Pensate voi. La leggenda srotola abitudini alcoliche della Sovrana con un gin & vermouth “Dubonnet” prima di pranzo, con un Martini Dry sorseggiato più tardi e, per finire la giornata, un flûte di champagne. “Gin sa-

ve the Queen”.

Tant’è che nessuna si è spinta così oltre, persino sette anni in più della trisavola Vittoria. E in sette decenni, dall’incoronazione del 1952 — allora la figlia di Giorgio VI ne aveva 25 — ne sono accaduti di fatti strani, pericolosi, curiosi, gestibili e ingestibili, ai quali Elisabetta ha sempre risposto con determinazione, guidando la schiera dei primi ministri non sempre accomodanti, a cominciare da Winston Churchill e dagli altri tredici successivi, fra cui la Lady di Ferro Thatcher fino allo scapigliato Boris, e giostrandosi con abilità nelle beghe di palazzo: non poche a cominciare dalla faccenda seria di Lady Diana (e le ombre, ahimè, persistono) fino alla cacciata dei duchi di Sussex. Senza contare le scosse telluriche provocate dalla sorella Margaret, poi i dolori del giovane Car-

lo innamorato di Camilla e obbligato con la forza a farsela passare (ma poi il destino...) e le ben più gravi e recenti accuse all’altro figlio Andrea.

A proposito dei duchi di Sussex, ed è cronaca del Giubileo di platino, sono stati costretti a stare ben distanti da William e Kate (rapporti disastrosi tra fratelli) e anche da Carlo. E dopo l’esclusione dalla balconata di Buckingham Palace, Harry e Meghan hanno subito pure un declassamento in seconda fila in chiesa, il protocollo è inflessibile in caso di disguidi con la Corona. Così impone la legge di Lilibet, che però ha voluto festeggiare la bisnipote, guarda caso pure lei Lilibet, a Frogmore Cottage. Cuore di nonna.

Il futuro? The Queen lo esplora «con fiducia». Come fai a non amarla? —

GGP

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



All'Orange Spritz Bar si aggiunge alla drink list da il "Fresko", lo spritz dell'estate

LINK: <https://www.infooggi.it/articolo/allorange-spritz-bar-si-aggiunge-alla-drink-list-da-il-fresko-lo-spritz-dellestate/134656>



All'Orange Spritz Bar si aggiunge alla drink list da il "Fresko", lo spritz dell'estate venerdì 29 luglio, 2022 Partito dal Triveneto per conquistare tutta la Penisola e diventare una vera e propria filosofia di vita, lo spritz è il cocktail simbolo degli aperitivi italiani! Dopo il successo degli spritz Capri e Cherrylove, da domani, venerdì 29 luglio, si aggiunge in esclusiva alla drink list il FRESKO, il nuovo spritz della settimana creato in occasione del #NEWSPRITZFRIDAY. A base di **Brancamenta**, il FRESKO è pensato per alleviare il fastidio del caldo torrido milanese delle ultime settimane. È il perfetto cocktail estivo da gustare all'ombra del nuovo dehor, un'oasi delimitata da palme, dalle panchine disegnate dall'artista Giò Colonna Romano, dotata di tavoli e di un fresco tendone color "rosso Campari". L'ORANGE SPRITZ BAR, la prima Spritzeria nel cuore della

movida di Milano (in via Tadino 4, Porta Venezia), è nata da un'idea di Filippo Bosio e Marina de Bertoldi. Offre 16 diversi tipi di spritz in vari formati, abbinando i liquori classici con le bollicine del prosecco, rigorosamente alla spina come da tradizione. Ogni spritz viene impreziosito da una particolare guarnizione e da diversi gusti di soda: c'è il Laguna Blu con il Curaçao, il Pinky con il liquore al passion fruit, il Milano con il Cynar, il China Mon Amour con il China Martini e tanti altri da scoprire. L'ampia selezione permette di assemblare sempre nuovi spritz su richiesta dei clienti. Oltre agli spritz, sono disponibili anche i cocktail tradizionali. La cucina interna prepara piadine, toast e pizze cucinate su pietra refrattaria nel forno. Proprio come in una caffetteria newyorchese, all'ORANGE SPRITZ BAR è possibile ordinare lo spritz in diversi formati, a partire da 3.50

euro. «Un locale che si sviluppa in profondità, dominato da una vetrata circondata da led arancioni che fa da contraltare a un bancone stile anni '80. Un soffitto cosparso di piccole lampade rossastre che ricordano la forma del bicchiere che si usa per lo spritz. Vino, liquori e topping di prima qualità. Tanta voglia di creare, ma sempre nel rispetto della tradizione, questa è la mia visione dell'ORANGE SPRITZ BAR - spiega Filippo Bosio - Mio padre è veneto di origini austriache ed è sempre stato appassionato di liquori. Mi piaceva l'idea di recuperare le sue passioni mescolando così tradizione e innovazione. Il periodo di lockdown mi ha fatto riflettere molto sulla qualità della vita, spingendomi a trasformare una mia passione in un vero e proprio lavoro. Grazie alla collaborazione con Marina, che lavora nel mondo della moda, e alla voglia di creare qualcosa di nuovo e divertente, ci siamo ispirati

al glamour dei discoclub anni '80, esclusivo e nello stesso momento inclusivo. Mi piacerebbe che questo format si diffondesse magari anche nella formula franchising, sarebbe bello portare questa idea in altri luoghi simbolo della movida milanese, in altre città italiane e perché no, in tutto il mondo!». La "cler" dell'ORANGE SPRITZ BAR presenta un graffito originale ad opera dei writers Alberto Tornago e Federico Pastore. L'ORANGE SPRITZ BAR invita la sua clientela a rispettare l'ambiente e a non abbandonare i bicchieri nelle strade. Coloro che riportano al bancone il bicchiere che hanno usato per l'asporto ricevono uno sconto sulla consumazione seguente.

È ARRIVATO IL #NEWSPRITZFRIDAY!

LINK: <https://www.italianwinesandspirits.com/index.php/it/25-redazione/674-e-arrivato-il-newspritzfriday>

È ARRIVATO IL #NEWSPRITZFRIDAY! Scritto da Redazione Pubblicato: 28 Luglio 2022 ORANGE IS THE NEW SPRITZ! La prima 'Spritzeria' nel cuore di Porta Venezia a Milano con 16 diversi tipi di spritz in vari formati È ARRIVATO IL #NEWSPRITZFRIDAY! DA DOMANI, VENERDÌ 29 LUGLIO, SI AGGIUNGE ALLA DRINK LIST IL 'FRESKO' IL NUOVO SPRITZ ESCLUSIVO A BASE DI **BRANCAMENTA** PENSATO PER RINFRESCARE LA TORRIDA ESTATE MILANESE Partito dal Triveneto per conquistare tutta la Penisola e diventare una vera e propria filosofia di vita, lo spritz è il cocktail simbolo degli aperitivi italiani! Dopo il successo di **g** i spritz Capri e Cherrylove, da domani, venerdì 29 luglio, si aggiunge in esclusiva alla drink list il FRESKO, il nuovo spritz della settimana creato in occasione del #NEWSPRITZFRIDAY. A base di **Brancamenta**, il FRESKO è pensato per alleviare il fastidio del caldo torrido milanese delle ultime settimane. È il perfetto cocktail estivo da gustare all'ombra del nuovo dehor, un'oasi delimitata da

palme, dalle panchine disegnate dall'artista Giò Colonna Romano, dotata di tavoli e di un fresco tendone color 'rosso Campari'. L'ORANGE SPRITZ BAR, la prima Spritzeria nel cuore della movida di Milano (in via Tadino 4, Porta Venezia), è nata da un'idea di Filippo Bosio e Marina de Bertoldi. Offre 16 diversi tipi di spritz in vari formati, abbinando i liquori classici con le bollicine del prosecco, rigorosamente alla spina come da tradizione. Ogni spritz viene impreziosito da una particolare guarnizione e da diversi gusti di soda: c'è il Laguna Blu con il Curaçao, il Pinky con il liquore al passion fruit, il Milano con il Cynar, il China Mon Amour con il China Martini e tanti altri da scoprire. L'ampia selezione permette di assemblare sempre nuovi spritz su richiesta dei clienti. Oltre agli spritz, sono disponibili anche i cocktail tradizionali. La cucina interna prepara piadine, toast e pizze cucinate su pietra refrattaria nel forno. Proprio come in una caffetteria newyorchese, all'ORANGE SPRITZ BAR è possibile ordinare lo spritz in diversi formati, a partire da 3.50

euro. «Un locale che si sviluppa in profondità, dominato da una vetrata circondata da led arancioni che fa da contraltare a un bancone stile anni '80. Un soffitto cosparso di piccole lampade rossastre che ricordano la forma del bicchiere che si usa per lo spritz. Vino, liquori e topping di prima qualità. Tanta voglia di creare, ma sempre nel rispetto della tradizione, questa è la mia visione dell'ORANGE SPRITZ BAR - spiega Filippo Bosio - Mio padre è veneto di origini austriache ed è sempre stato appassionato di liquori. Mi piaceva l'idea di recuperare le sue passioni mescolando così tradizione e innovazione. Il periodo di lockdown mi ha fatto riflettere molto sulla qualità della vita, spingendomi a trasformare una mia passione in un vero e proprio lavoro. Grazie alla collaborazione con Marina, che lavora nel mondo della moda, e alla voglia di creare qualcosa di nuovo e divertente, ci siamo ispirati al glamour dei discoclub anni '80, esclusivo e nello stesso momento inclusivo. Mi piacerebbe che questo format si diffondesse magari anche nella formula franchising, sarebbe bello portare questa idea in altri

luoghi simbolo della movida milanese, in altre città italiane e perché no, in tutto il mondo!».

La 'cler' dell'ORANGE SPRITZ BAR presenta un graffito originale ad opera dei writers Alberto Tornago e Federico Pastore.

L'ORANGE SPRITZ BAR invita la sua clientela a rispettare l'ambiente e a non abbandonare i bicchieri nelle strade. Coloro che riportano al bancone il bicchiere che hanno usato per l'asporto ricevono uno sconto sulla consumazione seguente.

ORANGE SPRITZ BAR è aperto dal martedì al sabato, dalle ore 18.00 alle ore 2.00. È possibile contattare il bar ai seguenti recapiti: mail , telefono 02-91443969, cellulare +39-3517220544.

Gli amici a 4 zampe sono i b e n v e n u t i !

www.instagram.com/orange_spritz_bar/?hl=it -

Press: Ufficio Stampa:
Parole & Dintorni Giovanni Marzola (- 02.20404727)

Superare i limiti della pizza significa saperla abbinare

LINK: <https://www.foodandwineitalia.com/superare-i-limiti-della-pizza-significa-saperla-abbinare/>



Superare i limiti della pizza significa saperla abbinare 22 Luglio 2022 Andrea Martina Di Lena Vino, kombucha o Gin Tonic? I pairing alcolici non sono più vezzi da pizzeria e ampliano i confini del comfort food per eccellenza (anche in cima ai rooftop degli hotel) per uscire dallo stereotipo di cibo ed esperienza fugace e solo popolare. Mangiare una pizza è un atto di libertà, anche nel momento in cui il cameriere chiede "E da bere?". Un inno alla semplicità che dagli anni 50 fino a un certo periodo è stato accompagnato in esclusiva da pinte e boccali di birra, scelta obbligata da una licenza che impediva di somministrare alcolici con una gradazione superiore agli 8 gradi, tagliando così fuori vino e spiriti. Complice il rilascio di un permesso speciale e la versatilità stessa della pizza, i pizzaioli hanno avuto le chiavi d'accesso per sinergie inedite che li hanno messi in comunicazione con mixologist, barman e sommelier. A Milano il

pioniere dell'accoppiata (allora) insolita di pizze&miscelati è stato Dry nel lontano 2013. Dall'ingresso del pizzaiolo ischitano Lorenzo Sirabella, ormai quattro anni fa, la coerenza del progetto non sta solo nel cocktail pairing (da provare l'Hibiscus Tommy s con la Margherita, provola e pepe) ma si trova nella continua osmosi tra bancone del bar e cucina: «Con Edris Al Malat, responsabile del bar, la contaminazione è soprattutto nell'utilizzo delle materie prime - spiega Sirabella -. Stiamo studiando gli scarti di ogni frutta o verdura per trasformarli nell'ingrediente principale di un drink o di una pizza a mo' di polveri, chips, spume, velluti, garnish. Ad esempio, il nostro Velvet Mulet nasce dagli avanzi del finocchio che lasciamo in infusione con la vodka». Un format di successo, questo in via Solferino, che ha fatto scuola portando la tradizione verace nei locali più cool della città, aprendo

la strada a tante altre fortunate insegne come quella di Cocciuto (qui la combo dell'estate è Cocciuto 70's, drink a base **Brancamenta** e Gin, con la pizza Porcellina, salame rosa, zeste di limone, patata lessa prezzemolata, capuliatto di pomodoro, mandorle siciliane e fonduta di taleggio). Cambio di rotta da Giolina dove la pizza "canotto" ha trovato maggiori sfumature nel mondo del vino. Quando, infatti, la loro miscelazione in Porta Venezia mise a punto il perfetto botta e risposta con il menu delle pizze, l'imprenditrice Iliara Puddu e il suo socio Stefano Saturnino, già ideatori di locali (ben 35) e brand come Marghe e Pizzium, stavano già alzando l'asticella proponendo il wine pairing, naturale e biologico, sostenuto da un servizio che non ha nulla da invidiare a quello di un ristorante. Dalla scorsa primavera la loro carta accoglie anche la collaborazione con Masi declinata nella linea Fresco

di Masi, «un prodotto perfetto per la pizza - afferma la founder -, perché sa di casa, di genuinità, di convivialità, di famiglia, di amici, di momenti spensierati. Questo è quello che ho pensato quando l'ho assaggiato per la prima volta. Un tuffo nel passato, a casa nei miei nonni, quando da ragazzini andavamo in cantina ad assaggiare di nascosto il vino che aveva fatto mio nonno». L'intesa è andata oltre fino a concepire delle pizze signature come la Masina, novità creata dal pizzaiolo executive Danilo Brunetti in collaborazione con lo chef di Masi Wine Experience Vitangelo Galluzzi: una crema di zucchine, fior di latte d'Agerola, capocollo di cinghiale affinato nel Campofiorin Rosso Veronese Igt di Masi, fiori di zucca, chips di zucchine alla menta, scaglie di Monte Veronese di malga **stravecchio**, basilico fresco, olio EVO. L'abbinamento ideale? Con il Fresco di Masi Rosso Verona Igt, spiccata fragranza, piacevoli note di frutta fresca e l'immancabile nota di ciliegia che ne lascia distinguere l'origine veronese. D'autore e nel segno dell'ospitalità è la pizza che ha fatto il suo ingresso nell'hôtellerie di lusso delle grandi città. Se a inizio giugno vi avevamo

anticipato la collaborazione in tandem tra Riccardo Canella e Franco Pepe al Cipriani di Venezia (a questo link trovate il nostro racconto), sempre questa estate The First Musica a Roma, terzo e ultimo boutique hotel del gruppo The Pavilions, ha annunciato la collaborazione tra lo chef resident Fabio Pacelli e Jacopo Mercurio di 180 grammi. Dall'edificio dorato su Lungotevere dei Mellini la doppia terrazza al sesto e settimo piano (la prima coperta, mentre la seconda in cima a tutto e completamente en plein air) ospita Alto Cocktail Bar che alla proposta mixology affianca le pizze di Jacopo Mercurio di 180 grammi servite già a spicchi, come la Romana Special, una bianca con gamberi rossi, tartufo, mozzarella di bufala Dop e burrata. A dare il via alla nuova ondata di inaugurazioni di grandi hotel nella capitale è stato il W Rome (aperto a dicembre 2021) che non ha rinunciato alla sua fetta di contemporaneità svelando, solo con l'apertura del rooftop nella bella stagione, il nome di Pier Daniele Seu nel dream team già schierato: Ciccio Sultano-Fabrizio Fiorani-Emanuele Broccatelli. I suoi impasti perfetti e leggerissimi - che spiegano la lunga lista d'attesa per il locale in zona Porta Portese - confermano

anche in cima da Otto topping di tradizione e stagionalità, come può essere una Napoli o un Assoluto di zucchine da mettere in pausa solo per sorseggiare il When in Rome dell'eclettico bar manager romano che sui social si fa chiamare @lo_champagne. Uscendo dall'allure dorata degli alberghi 5 stelle e tornando a piano strada, il nuovo (ha appena compiuto 6 mesi) Freni e Frizioni Draft nel quartiere Prati, nato dalla costola dell'omonimo locale a Trastevere, è un esempio convincente di come sia stata la mixology, questa volta, a chiamare a sé la pizza. Focus dell'offerta i 12 drink premiscelati alla spina tra signature e grandi classici, dal gin tonic all'americano, dal moscow mule allo spritz, da gustare prima, durante o dopo la pizza (molto buona la versione ripiena). Scendendo nella regione dove tutta la storia della pizza è iniziata, ovvero la Campania, la napoletana più classica si avvicina all'arte contemporanea grazie alla riapertura di Galleria Navarra a Napoli, gioiello architettonico in piazza dei Martini chiuso per diversi anni e finalmente rinato. Ristorante, pizzeria, cocktail bar in collaborazione con La Fesseria e spazio

espositivo: l'ambizioso progetto degli imprenditori Franco Manna e Pippo Montella - già fondatori della catena di ristoranti Rossopomodoro - ha perseverato nel recupero filologico di questo luogo che, se a inizio secolo veniva frequentato da Edoardo De Filippo per lo Spaghetto a Sapunariello, oggi è reso appetibile dal bar all'italiana e dai cornicioni alti: «Il drink "Alle 17" - spiega il bartender Carmine Angelone - è perfetto con le pizze bianche e pomodorini gialli preparate dal maestro pizzaiolo Davide Civitiello. A chi non rinuncia alla classica Margherita consiglio, invece, il nostro "Martini Selvatico" realizzato con gin cotto sottovuoto e a bassa temperatura insieme ai capperi, un passaggio che rende il gusto del Martini più salmastro e vincente insieme a una classica base rossa con mozzarella». Non si tratta di una novità ma si rivela una conferma nell'intercettare nuovi trend Diego Vitagliano con il nuovo manifesto Pizza e Kombucha. Nelle due sedi di Napoli e Pozzuoli ha disegnato una nuova carta di drink con fermentati alcolici, low-alcol e analcolici, tra cui kombucha, sidro e mead (idromele), idea che gli venne quando rimase colpito «di come alcune

bevande siano perfette per le pizze: il kombucha basilico e limone, per esempio, è un abbinamento quasi spontaneo con la margherita classica. Oggi i clienti cercano molto di più del semplice binomio pizza-birra - prosegue Vitagliano - , per questo motivo non solo abbiamo una carta dei vini ben strutturata e un sommelier in sala, ma credo che sia arrivato il momento di osare un po' di più con una proposta all'avanguardia». Il format innovativo - si tratta di una delle prime pizzerie in Italia a proporre questo menu - è firmato Livebarrels, la prima fermenteria creativa italiana, con referenze rigorosamente bio, artigianali, naturali e sostenibili. Maggiori informazioni Foto di copertina: La pizza di Pier Daniele Seu sulla terrazza del W Rome e i cocktail di Emanuele Broccatelli (ph. Andrea Di Lorenzo)
Condividi

La kermesse - Questa sera alle ore 21.30 all'Arena del Mare sarà la musica la protagonista della XXXIV edizione del Premio Charlot

Sandro Deidda suona le più belle sigle della Tv

“

Il 29 luglio nella Sala Giunta di Palazzo di Città incontro pubblico con Gigi Marzullo



Sandro Deidda

La proprietà intellettuale è riconducibile alla fonte specificata in testa alla pagina. Il ritaglio stampa è da intendersi per uso privato



di Rosa Pia Greco

E' in programma per oggi (giovedì 21 luglio) dalle 17 alle 20 al Teatro Delle Arti di Salerno la terza ed ultima giornata della terza edizione del workshop "Percezioni comiche" inserito nel programma della XXXIV edizione del Premio Charlot, e curato da Alessio Tagliento, umorista, autore e regista teatrale. Un workshop che sta vendendo la partecipazione di tanti giovani curiosi di conoscere tutti i segreti per sfruttare al meglio la loro comicità attraverso tre metodi fondamentali: scrivere comico, narrare comico e agire comico. E mentre sta per calare il sipario anche sui workshop dello Charlot, all'Arena del Mare domani (giovedì 21 luglio) dalle 21.30 spazio alla



musicista con Sandro Deidda con i "Tv Project" il protagonista della serata del Premio Charlot in programma il 21 luglio, alle ore 21,30. Una serata tutta musicale e tutta dedicata alle grandi sigle dei programmi televisivi. Sul palco oltre a Deidda al sax e clarinetto ci saranno Gian Pio Vetromile al pianoforte e tastiere, Angelo Carpentieri alla chitarra elettrica, Paolo Pelella al basso elettrico e Giampiero Virtuoso alla batteria. Nel corso del singolare concerto, Deidda e i suoi faranno ascoltare musiche che tutti conosciamo perché abbinata a programmi televisivi e spot pubblicitari indimenticabili. La

televisione, prima degli odierni mass media, ha contribuito a creare un gusto musicale popolare, spesso standardizzato, eppure proteso a diffondere contenuti di livello medio-elevato. Il programma prevede le seguenti esecuzioni: Gamma (Riz Ortolani); Dov'è Anna (Stelvio Cipriani); Jazz band (Henghel Gualdi); Starsky and Hutch (James Taylor Quartet); Attenti a quei due (John Barry); Arsenio Lupin (Jean Pierre Bourtayre); Nata libera (John Barry); Sazio 1999 (Barry Gray); Sonatina su tasti neri (Pippo Caruso); 90° Minuto (Jack Trombey); La Cittadella (Riz Ortolani); E le stelle stanno a guardare (Riz Ortolani); Ritratto di donna velata (Berto Pisano); The Groove (Rodney Franklin); Carosello medley 1: Martini/ Fernet Branca/Birra Peroni/ Vecchia Romagna.

E cresce sempre di più il parterre degli ospiti dello Charlot. Il patron, ideatore e direttore artistico del Premio Charlot, Claudio Tortora, annuncia l'incontro pubblico, in programma per il 29 luglio, nella sala giunta di Palazzo di Città, alle ore 11, con Gigi Marzullo. L'incontro sarà anche l'occasione per il giornalista e presentatore Rai per presentare il suo ultimo libro: "La vita è un sogno - incontri sottovoce" edito da Rai Libri.

IL 22 E 23 LUGLIO
Il 22 e 23 luglio alle ore 21,30 il Premio Charlot ospita il Campania Blues Festival. Ospiti di queste due serate Leon Beal, Luca Giordano Band, Walking Trees, i Sacro Mud e Matt Schofield
IL 24 LUGLIO
E mentre sta per calare il sipario sulla prima parte della XXXIV edizione del Premio

Charlot il patron e direttore artistico Claudio Tortora annuncia a chi sarà consegnato nella serata del 24 luglio all'Arena del Mare alle ore 21,30 il Premio Charlot alla Carriera. Il riconoscimento andrà al Maestro Bruno Venturini, cantante di origini paganesi, ha tenuto concerti in tutto il mondo. La sua opera discografica più conosciuta è "Antologia della canzone napoletana". Tra i riconoscimenti che ha ricevuto ricordiamo: nel 2005 viene nominato Cavaliere dell'Ordine di Malta; nel 1995 il Presidente della Repubblica Scalfaro l'ha nominato Grande Ufficiale della Repubblica Italiana per meriti artistici internazionali; Prima ancora nel 1972 è stato nominato del titolo accademico classe Nobel dall'Accademia delle Lettere, scienze ed arti di Milano.

Dopo la premiazione del Maestro Bruno Venturini, toccherà a Giuseppe Gibboni salire a distanza di 5 anni nuovamente sul palco del Premio Charlot. Al violinista vincitore del Premio Paganini, sarà consegnato il Premio Charlot speciale. A seguire si terrà lo spettacolo comico con protagonista Paolo Caiazzo.

IL 25 LUGLIO

Una serata tutta all'insegna del divertimento quella in programma per il 25 luglio, alle ore 21,30, con due giovani, talentuosi e già noti comici italiani. Roberto Lipari, siciliano, è stato vincitore e poi co-conduttore del talent "Ec-

cezionale Veramente", ha fatto parte del cast di Colorado e inviato prima e conduttore poi di Striscia la Notizia, sceneggiatore e protagonista del film "TuttAPPOSTO". Luca Lombardo è un attore, un mago, un clown, un trasformista. Profondo estimatore di Arturo Brachetti, dopo aver studiato magia e recitazione dal 2004 si dedicherà al trasformismo. Nel 2021 partecipa insieme al gruppo "Lo Stato Sociale" al Festival di Sanremo.

IL 26 LUGLIO

Sarà consegnato il 26 luglio, sempre all'Arena del Mare e sempre con inizio alle ore 21,30, il Premio Charlot omaggio a Pasolini a Renzo Paris, autore del volume "Pasolini - Moravia. Due volti dello scandalo", volume che mette in risalto le analogie storiche letterarie di due scrittori amici come Pier Paolo Pasolini e Alberto Moravia. A seguire "Charlot Monello", una serata tutta dedicata ai bambini e ai loro genitori. Si inizierà con la Compagnia dell'Arte che proporrà la fiaba musicale "Peter Pan" e a seguire "Circo Bianco", spettacolo danzante di Pina Testa e Roberto D'Urso.

IL 27 LUGLIO

Sarà consegnato, il 27 luglio, alle ore 21,30, all'Arena del Mare al filologo, scrittore e accademico Federico Sanguineti il Premio Charlot Libri, per il volume "Temi svolti di storia letteraria, ad uso di docenti e discenti". Ed ancora

sarà consegnato il Premio Charlot Menzione speciale a Lucia Cassini, attrice e cantante comica, popolare nel teatro comico italiano, ha iniziato in Rai e poi partecipato a tante trasmissioni Mediaset ed il Premio Charlot Giornalismo al decano dei giornalisti salernitani: Enzo Todaro. A seguire sul palco dello Charlot saliranno Dario Vergassola e Moni Ovadia (Premio Charlot Teatro alla carriera), che offriranno al pubblico presente lo spettacolo "Un ebreo, un ligure e l'ebraismo".

IL 29 LUGLIO

E' in programma per il 29 luglio alle ore 21,30 la serata "La Santa Allegrezza" dedicata a Papa Francesco, che lo scorso mese di maggio ha ricevuto dalle mani di Claudio Tortora ed Eugenie Chaplin la statuetta raffigurante Charlie Chaplin. La serata, condotta da Lorena Bianchetti vedrà come protagonisti tra gli altri Carlo Verdone, Paolo Vallesi, Flo, Vittoriana De Amicis

Le serate fino al 27 luglio, del Premio Charlot sono ad ingresso gratuito fino ad esaurimento posti.

Per la serata del 29 luglio, dedicata a Papa Francesco, si accederà all'Arena del Mare solo con invito, che potrà essere ritirato, fino ad esaurimento delle disponibilità, a partire dal 20 luglio, tutte le sere dalle ore 18.30 alle ore 21.30, presso il botteghino dell'Arena del Mare di Salerno.

Fernet Branca lascia il segno: il culto dell'amaro e i tatuaggi in puro Branca Style

LINK: <https://www.agenpress.it/fernet-branca-lascia-il-segno-il-culto-dellamaro-e-i-tatuaggi-in-puro-branca-style/>

Fernet Branca lascia il segno: il culto dell'amaro e i tatuaggi in puro Branca Style Cronaca 19 Luglio 2022 Dura condanna Ue su chiusura forzata del quotidiano Apple Daily a Hong Kong 8 Luglio 2021 Save the Children. 5,7 mln di bambini a rischio fame sotto i 5 anni 24 Giugno 2021 Covid. Mistero dei dati con le prime sequenze del virus cancellati a Wuhan 24 Giugno 2021 Ue contro chiusura Apple Daily. Legge sicurezza Cina soffoca libertà di stampa 23 Giugno 2021 Hong Kong. Apple Daily, giornale pro-democrazia, annuncia la chiusura da sabato 23 Giugno 2021 - Advertisement - AgenPress. Nel corso degli anni abbiamo imparato che Fernet-Branca non è un semplice amaro. Nato nel 1845 a Milano da Bernardino Branca, che poi fondò lo stabilimento per la produzione industriale, la ricetta segreta dell'Amaro Fernet-Branca ha negli anni conquistato una fetta di pubblico sempre maggiore. Il suo successo, infatti, non si limita al gusto di un prodotto di qualità, ad una ricetta unica e segreta o al successo della sua campagna marketing: tutto

questo, limitato ad un periodo, prima o poi si esaurirebbe. Quello del Fernet-Branca è stato dapprima un viaggio nel mondo e, successivamente, la costruzione di una vera e propria community. Ma andiamo per gradi. - Advertisement - Quando Bernardino Branca iniziò la produzione del distillato non avrebbe certo immaginato che nel giro di poco tempo questo avrebbe conosciuto fama internazionale: favorito dalla forte immigrazione italiana in Argentina, infatti, il Fernet-Branca ha iniziato a circolare in piccole botticelle e veniva utilizzato prevalentemente come medicinale grazie alle proprietà digestive delle sue erbe. Questo non solo gli permise di sopravvivere all'era del proibizionismo, ma lo rese sempre più celebre nel paese sudamericano tanto che, numeri alla mano, il consumo in Argentina ha superato addirittura quello in Italia. Dall'uso personale all'importazione vera e propria il passo fu breve, basti pensare che l'unico impianto di produzione di questo liquore al di fuori dei confini italiani è proprio a Buenos Aires. Naturalmente

il successo di Fernet-Branca non si limita all'Argentina: possiamo parlare di un vero e proprio trionfo attraverso i cinque continenti favorito anche dalla versatilità di questo liquore nella preparazione di cocktail e long drink dal sapore inconfondibile, dalla capacità dei barman di creare sempre nuove esperienze sensoriali e, soprattutto, dall'amore e la passione con cui l'azienda continua a favorire e ricercare momenti di incontro e appuntamenti che nel tempo diventano vere e proprie tradizioni. Basti pensare ai Barback Games, i giochi dedicati ai barman assistant, o alle Fernet Coin, le monete speciali che fanno dei bartender dei veri e fieri membri di una comunità. La passione Fernet-Branca, si è però nel tempo estesa ben oltre i confini delle iniziative della casa madre. Ne sono un esempio i tatuaggi a tema Fernet-Branca: una moda sempre più diffusa e cool. Quando si dice "una passione che lascia il segno": bene, il segno resta davvero sulla pelle di chi decide di realizzare queste piccole opere d'arte sul proprio corpo. Si va dalla classica

aquila che porta con sé una bottiglia sul globo terracqueo del logo ideato da Leopoldo Metlicovitz, fino alle icone femminili dei poster e calendari art nouveau. - Advertisement - Ecco, dunque, che il successo di questa distilleria non si limita a piccoli elementi sparsi ma è davvero a 360°. Una ricetta di successo, ingredienti segreti di qualità, nessuna paura di sperimentare sempre, capacità di unire e fondere non solo generazioni diverse ma anche persone di tutto il mondo. Per quanto le erbe e gli aromi possano sembrare la chiave vincente di tutto questo, forse, è la passione a rendere veramente **Fernet-Branca** dopo centinaia di anni, l'amaro di successo che è oggi. - Advertisement -

Cena sul Ponte di Bassano, ecco il menu e come partecipare

LINK: <https://www.vicenzatoday.it/eventi/cena-sul-ponte-di-bassano.html>



Cena sul Ponte di Bassano, ecco il menu e come partecipare Dove ponte vecchio Ponte Vecchio Bassano del Grappa Quando Dal 21/07/2022 al 21/07/2022 ore 20 Prezzo 90e. Altre informazioni Manuela Donà 18 luglio 2022 13:43 Condividi Torna la Cena sul Ponte di Bassano e per l'occasione il Ponte Vecchio si trasformerà in uno scenografico ristorante all'aperto. Appuntamento per giovedì 21 alle ore 20.00. Aperitivo sul terrazzo panoramico di Palazzo Sturm con degustazione delle eccellenze del Monte Grappa con sottofondo musicale dal vivo, a seguire la cena sul Ponte Vecchio in una magica atmosfera si gusteranno prelibatezze preparate dai Ristoranti Bassano. Il Gruppo Ristoratori Bassanesi della Confcommercio organizza anche quest'anno il Gran Galà sul Ponte Vecchio, nato per festeggiare il compleanno della città di Bassano del Grappa, la

serata è comunemente chiamata Cena sul ponte. Menù Ore 20.00 aperitivo e antipasto sulla bellissima terrazza di Palazzo Sturm con degustazione di prodotti tipici del grappa accompagnati dall'aperitivo Nardini e dalla bollicina di casa Col Dovigo. Poi si passerà a prendere posto direttamente sul ponte dove verrà servito un risotto con i piselli del grappa e il morlacco e un raviolo alle erbe del grappa. Come secondo piatto verrà proposto uno spiedo della tradizione accompagnato da un tortino di patata di rotzo alle erbe di montagna Dolce: Mousse di cioccolato Ruby con ciliegie di Marostica e gelato di capra alla grappa **Stravecchio** Nardini. Termina la serata un buon Caffè Marosticana e grappe e amari della ditta Bortolo Nardini. Il "Ponte Vecchio" sarà allestito e adornato per ospitare una elegante cena di gala con il Menu curato ad hoc per l'occasione dalle sapienti mani degli chef del Gruppo Ristoratori Bassanesi,

guidati dal presidente Sergio Dussin, di cui fanno parte i ristoranti: Al Camin, al Castello Superiore, Al Pioppeto, Al Ponte, Al Sole, Alla Corte, Antica Trattoria All'Alpino, Bauto, Belvedere, Dalla Mena, Il Tinello, La Rosina, Locanda Casanova, Melograno, Ottone, Ristorante San Bassano, Trattoria Alla Stazione, Trattoria Da Paeto, Trevisani, Villa Ca' Sette, Villa Razzolini Loredan. Costo della serata 90e. I POSTI SONO LIMITATI Per info e prenotazioni contattare Marco Bertollo al 388 7897717 in orari d'ufficio. I più letti 1. Eventi Riapre il bar nella terrazza della Basilica palladiana: ecco in che giorni e gli orari

Opificio Fred tra le sorprese di Villa Guelpa

LINK: <https://www.joyfreepress.com/2022/07/14/357863-opificio-fred-tra-le-sorprese-di-villa-guelpa/>

14 Lug 2022 | - Con Fred Alkemil, la linea dedicata a tutti i barman e professionisti della miscelazione Opificio Fred si prepara ad accendere una delle feste più attese dell'anno, a Lessona (BI), il prossimo 18 luglio. Uno degli appuntamenti più attesi dai wine lovers e gli amanti del buon vivere è ormai in vista. Non mancheranno infatti le sorprese alla grande festa di Villa Guelpa, il 18 luglio, a Lessona, in provincia di Biella. Tra queste, la presenza di Opificio Fred, già produttore della linea Fred Jerbis e pronto a far scoprire ai presenti Fred Alkemil, la linea di liquori pensata per i professionisti della mixology. In collaborazione con Spirits & Colori e Vino & Design Federico Cremasco farà degustare la sua linea di spirit artigianali composta da Gin, Vermut, Bitter **Fernet** e Amaro che continua a riscontare un crescente successo sia sul mercato italiano che internazionale, grazie alla sua filosofia produttiva che esalta il patrimonio botanico del territorio raccontando al mondo l'autenticità del Friuli Venezia Giulia e dell'Italia. Oltre alla linea tradizionale che lo ha fatto

conoscere e apprezzare a esperti e appassionati di liquori, Federico sarà dei protagonisti dell'evento con la nuova linea di liquori Fred Alkemil. Un nome che richiama il passato e la mitica Alchemilla, pianta amata dagli alchimisti che utilizzavano la rugiada che si depositava sulla superficie delle foglie per ricercare la Pietra Filosofale e per preparare l'Elisir di lunga vita. Una 'magia', quella proposta da Federico, rigorosamente in camice bianco da buon alchimista egli stesso, realizzata artigianalmente con botaniche friulane e in quantità limitata seguendo un'antica ricetta del XIX secolo. Ad affascinare sono i liquori Curaçao Imperiale, Rosolio di Bergamotto, Crème de Cassis, Ratafia alla ciliegia, Maraschino, Creme Violette, Liqueur Peach e Alchermes che compongono la linea. Un evento dove immersi in una location suggestiva ai piedi della meravigliosa catena montuosa delle Alpi e in prossimità del Monte Rosa e della Valle d'Aosta. La storica cantina e il parco che la circonda sarà infatti il teatro di una vera e propria festa, organizzata dal proprietario Daniele Di Noia per condividere il piacere di

un momento conviviale dal mood molto open mind, dove sarà facile essere rapiti dalle nuove esperienze sensoriali made in Opificio Fred. È un produttore artigianale di spirit con sede a Polcenigo (PN), in Friuli Venezia Giulia. L'azienda, fondata da Federico Cremasco, ha esordito nel 2014 con la linea Fred Jerbis e in particolare con il lancio di Gin 43, Vermut 25 e Bitter 34, tritico liquoroso che racchiude gli ingredienti del famoso cocktail negroni. Valorizzazione del territorio, studio della tradizione e desiderio di sperimentare sono i tre perni che orientano l'attività di Opificio Fred, capace di conquistare in pochi anni l'attenzione del mondo della mixology, sia in Italia che all'estero. Con il lancio della nuova linea di liquori Fred Alkemil l'azienda ha rafforzato ancora di più il proprio legame con bartender ed esperti di mixology alla ricerca di nuove basi e ingredienti per i propri cocktail.

How About a Drizzle of Balsamic?

LINK: <https://punchdrink.com/articles/balsamic-vinegar-cocktail-recipe/>



How About a Drizzle of Balsamic? July 13, 2022 Story: Rachel Sugar photo: Shawn Campbell Cocktails How About a Drizzle of Balsamic? July 13, 2022 Story: Rachel Sugar photo: Shawn Campbell Beyond "Healthy Coke," the rich vinegar is a shortcut to acidity, whether used in a shrub, reduction or syrup. It's not easy being balsamic vinegar. For all its versatility, it is always, above all else, associated with one thing: salad dressing. Maybe glazes or marinades. No matter what, it is seen as an ingredient for cooking, perhaps for drizzling--but certainly not for drinking. In June, a woman on TikTok proposed that you could make what she called "healthy Coke" by mixing balsamic with flavored seltzer over ice. "I swear to God," she raved, angelically, crediting her Pilates instructor for the tip. "It tastes like a Coke." The internet was scandalized, in part because the proposed drink does not especially taste like a Coke. But the

dismay also seemed to stem from the simple fact that we have decided, as a civilized society, that balsamic is a strictly culinary tool, associated with "salads," "Italy" and "the '90s." This sells short the powers of balsamic. As any number of actual bartenders will tell you, the possible applications of balsamic extend far beyond the viral confines of Healthy Coke. Balsamic is fruity. It is acidic. It is a temporary reprieve from the tyranny of citrus. Made with cooked-down grape juice that is then aged in oak barrels, it is sharp, but also sweet. "It just adds depth of flavor," says Cameron Winkelman, head bartender at Manhatta in New York City, whose Monsieur Lafayette--a French 75 riff--hinges on a blueberry balsamic shrub. Shrubs might be the most classical balsamic application, or, as Winkelman puts it, "probably how most people would use it outside of TikTok." A shrub has only three components: a fruit, a

vinegar and some sugar--in his case, frozen blueberries reduced with sugar, then mixed with balsamic. "Balsamic has these beautiful, rich, complex dark fruit notes to it," agrees Stuart Weaver, general manager of Lady Jane in Denver, who is currently pairing blackberries with the vinegar. According to Weaver, balsamic adds nuance to the drink, drawing out the natural acidity of the berries to make them taste even more intensely like themselves. Recipe Love on a Wire Blackberry balsamic syrup adds acidity to this summery gin sour riff. Weaver is aware, in certain circles, that shrubs do come with some baggage. "Ten or 15 years ago, everyone was using shrubs," he says, with a rueful laugh. "Now, I really try to stay away from using the term, just because people are like, 'Oh, shrubs, that's overdone.' But it works in drinks. There's no denying it." Shrubs, however, are

not the only option. When he invented the Bufala Negra, "I didn't even know what a shrub was," says Jerry Slater, now owner of The Expat, in Athens, Georgia. He was in Louisville, Kentucky, at the time, preparing for an event sponsored by Buffalo Trace, and he had a vision for what he describes as "almost like an Italian Mint Julep," using bourbon, balsamic and basil muddled with spicy ginger ale. He's concocted countless drinks since then, but none of them landed quite like that; the Bufala Negra has since inspired variations across the country. "People love it," Slater says. He'd imagine he'd be burnt out on them by now, "and then I'll taste one, and I'll be like, 'Oh, this is kind of nice.'" For the red sangria at El Quijote in New York City, Sunday Hospitality Group bar director Brian Evans uses just a whisper of balsamic reduction. It's barely anything, by volume, but "it's kind of that missing glue," Evans says, explaining that the added acidity ties the sangria's fruit flavors together. Across town at Hawksmoor, bar manager Adam Montgomerie reiterates the point: A little goes a long way. For his Mackinaw Highball, a bourbon-based cocktail inspired by peach iced tea, he uses only half a

teaspoon--just enough to really tease out the drink's stone fruit flavors while adding "a little acidic tang." It would be a mistake, though, to imagine balsamic should be limited to fruit-based applications. "I used to make a cocktail that was a twist on the Espresso Martini, with rum and amaro, finished with a coffee foam, and on top of that was a balsamic vinegar reduction with **Fernet-Branca**," recalls Miami-based bartender Valentino Longo. For his Savory cocktail, a refreshing aperitivo-inspired highball, he uses it in a brine to pickle grapes, then turns the pickling liquid into a cordial for the cocktail. The recipe that won him Most Imaginative Bartender 2020--a gin Martini variation--had three drops of coffee-infused balsamic vinegar floating atop the surface of the drink. It is, for him, literally and figuratively a way to "add an extra layer" to the drinks. While most bartenders advise exercising some balsamic caution--"as soon as you can taste it, it's too much," advises Montgomerie--Matthew Biancaniello, author of the "culinary cocktail" book *Eat Your Drink*, revels in its power. Lately, he has been making a cocktail with cacao-infused rum, peach,

muddled basil and a whole ounce of the vinegar; he reports the drink tastes like "a Tootsie Roll and balsamic had a baby." For him, it's not an accent but a primary ingredient. "Don't be afraid of flavor. Don't be afraid of letting that balsamic shine." Drink with us. Get our freshest features and recipes weekly. Close Thank you for subscribing! Email This site is protected by reCAPTCHA and the Google Privacy Policy and Terms of Service apply. Submit By clicking Go, I acknowledge that I have read and agree to Vox Media's Privacy Policy and Terms of Use and agree to receive news and updates from PUNCH and Vox Media. This site is protected by reCAPTCHA and the Google Privacy Policy and Terms of Service apply.

Party Round Green: Aperi-Fit con Fish & Chic

LINK: <https://www.marketingjournal.it/party-round-green-aperi-fit-con-fish-chic/>



Essere o Benessere

Party Round Green: Aperi-Fit con Fish & Chic In evidenza La magia di un sano aperitivo che ritempra, da' benessere psico-fisico, allietta e diverte, genera relazioni interpersonali, procura piacere e gioia. E' la nuova moda di consumare un aperitivo: l'Happy Hour si rimette in forma, pensato per chi pratica sport o segue un regime alimentare specifico

Non ci sono controindicazioni o effetti collaterali. Oggi questo rito riassume piuttosto la privazione che si autoimpongono sportivi, fitness addicted o, semplicemente, coloro che sono più attenti alla linea e all'alimentazione equilibrata, costretti a rinunciare a quello che, fino a non molto tempo fa, è stato univocamente considerato un pasto tutt'altro che salutare, tradizionalmente a base di alcolici (anche "super") e stuzzichini con tutte le prerogative per rientrare a pieno titolo nella categoria junk food. Un rituale

antico... L'aperitivo come oggi lo conosciamo (bandito il termine "apericena" che pure lo descrive benissimo!) non ha nulla a che vedere con il rito secolare in uso già presso gli Antichi Greci e Romani, che consumavano un composto di vino e miele come "pre-pasto medicamentoso" per stimolare l'appetito, né con l'appuntamento serale in voga dal 1786, quando Antonio Benedetto Carpano inventò il **Vermouth**, il primo cocktail a base di vino bianco, assenzio, erbe e spezie, e iniziò a servirlo accompagnato da olive e salatini. E neppure ha mantenuto il format originario dell'happy hour del mondo anglosassone, dove l'"ora felice" fu inventata intorno alla metà del XX secolo come strategia di marketing adottata da alcuni bar per invogliare gli operai a fermarsi a bere a prezzo scontato al termine dell'orario di lavoro per una sola ora (dalle 17 alle 18 o dalle 18 alle 19)... ma sempre attuale Nel tempo

l'aperitivo si è trasformato in un'occasione di convivialità flessibile e informale, molto amata soprattutto dai giovani. È un must della bella stagione, quando le giornate più lunghe e il clima serale più mite invogliano a uscire e trascorrere qualche ora all'aperto in compagnia, mangiando e bevendo qualcosa con gli amici, ma senza l'ingessatura di una cena al ristorante. Sempre più locali hanno adeguato la loro offerta a questo trend di consumo, offrendo in determinate fasce orarie (di solito tra le 18 e le 21) una sorta di "menù a prezzo fisso" in cui, in sostanza, il pagamento della bevanda (cocktail, boccale di birra o calice di vino) dà diritto d'accesso anche al cibo. Democratico, ma non per tutti Grazie alla progressiva dilatazione oraria, al menù vario e ricco (spesso servito a buffet) e al prezzo contenuto, l'aperitivo si è trasformato in un format di ristorazione idealmente accessibile a chiunque. Con

l'eccezione di sportivi e salutisti, di chi è a dieta o adotta un particolare stile alimentare (vegetariano o vegano), per i quali l'happy hour spesso non ha nulla di "happy", ma resta un territorio off limits. E dunque anche Party Round Green noto catering bio e banqueting green propone la sua versione di Aperi-Fit fruibile a casa o in qualsiasi location da un minimo di 20 persone ad un massimo di 2.000, permettendo così ai clienti di non mischiarsi alla "pazza" folla della movida appropriandosi di quella esclusività che tanto appaga l'animo umano. Ecco gli ingredienti del nuovo entusiasmante aperitif di PartyRound Green: a base di fish & chic, stuzzichini di mare e lago, appetizer supercreativi con crostacei, frutti di mare, molluschi , finger food di pescato italiano e cocktail low alcol. Food and beverage assolutamente bio a tutela della natura e della salute degli ospiti. Per Party Round ... people first ! Events, yes we care !
Chiama Danilo 393 9 4 0 2 0 4 9 -
daniloarlenghi@partyround.it

Mojito: una vita blasonata e confusa, da sir Francis Drake a Hemingway

LINK: https://www.ilsecoloxix.it/il-gusto/2017/03/01/news/cocktail_mojito_storia_ricette_leggende-296213123/

Mojito: una vita blasonata e confusa, da sir Francis Drake a Hemingway. Sono poche le notizie certe sulla nascita del cocktail cubano per eccellenza, del quale si festeggia la Giornata mondiale. La storia di un mito diviso tra leggende. Poche certezze ma confuse. Così si può riassumere la nascita del Mojito, il cocktail che negli ultimi anni si è diffuso in Italia quasi come le buche sulle strade della capitale. Rum bianco o scuro? Menta pestata o no? Zucchero bianco oppure di canna? Le versioni e le scuole di pensiero vanno e vengono. Tutte sostenute da ottime teorie. Tutte però "smontabili" da storia e tradizioni. Prima dunque di mettere nero su bianco la ricetta e gli ingredienti vediamo un po' di aneddoti. Quello più diffuso e raccontato in ogni occasione è che un cocktail simile al Mojito venne inventato dal famoso pirata inglese Sir Francis Drake nel XVI secolo. Poi si tratti davvero del pirata oppure di un suo capitano importa poco. Quello che è interessante scoprire è che era effettivamente molto simile a quello che oggi conosciamo. Era preparato con aguardiente (rhum non

invecchiato) di bassa qualità, lime, acqua, zucchero raffinato bianco di canna e una specie locale di menta, chiamata hierbabuena. Esistono diverse teorie anche riguardo l'origine del termine Mojito. Alcuni lo fanno risalire al "mojo", un condimento tipico della cucina cubana a base di aglio e agrumi, usato per marinare. Altri lo legano alla traduzione della parola spagnola mojadito, che significa "umido". Un'ultima ipotesi, invece, fa risalire l'etimologia al termine africano "vudùmojo" che significa "incantesimo". Dunque, come si diceva all'inizio, la confusione regna sovrana. In tutto questo però, una cosa è certa: a partire dalla metà dell'Ottocento il cocktail comincia a diventare popolare e questo si deve certamente alla "spinta" della Società Bacardi che del drink a base di Rum fece il punto di forza commerciale. Piccola e unica certezza, perché poi quando si cerca di stabilire chi per primo abbia proposto la versione moderna del Mojito si torna subito nella confusione. I nomi più diffusi sono quelli del barman della Bodeguita

del Medio, Attilio De La Fuente, oppure Angel Martinez, che rilevò il locale nel 1942, all'apice della sua notorietà che poi erano gli anni di Ernest Hemingway e della famosa frase che è ancora possibile leggere oggi nel locale "My mojito in La Bodeguita, My daiquiri in El Floridita". Parole che immediatamente fecero diventare famoso il cocktail anche fuori Cuba. Si racconta, però, che il cartello spuntò dopo la rivoluzione di Castro del 1959 proprio per incrementare il giro d'affari e attrarre i turisti. In effetti dove potevano trovare uno sponsor migliore di Hemingway? Scelta di marketing perfetta. Anzi qualcuno avanza l'ipotesi che lo scrittore in quel locale non c'è nemmeno mai entrato. Ipotesi confortata dal fatto che la mancanza di un Mojito senza zucchero prova che il legame di Hemingway (afflitto dal diabete) con questo drink potrebbe essere una pura invenzione. Tutt'al più l'autore di "Festa mobile" si sarebbe avvicinato a un drink inventato da Gregorio Fuentes, cuoco e barman del Pilar, la sua barca a motore lunga 12 metri, per

prevenire o curare il raffreddore. Drink molto simile al Mojito, ma con il miele al posto dello zucchero. Ernest Hemingway Ora, però, mettiamo da parte storie, leggende e curiosità e vediamo la ricetta di oggi, quella ufficiale dell'Iba (International Bartenders Association). Cominciamo dagli ingredienti: 4 cl di Rum bianco cubano, 3 di succo di lime fresco, 6 Foglie di menta, 2 cucchiaini di zucchero bianco di canna e soda water. Ecco la preparazione: adagiare sul fondo del bicchiere la menta con zucchero e succo di lime e pestare delicatamente per far sprigionare l'essenza alla menta. Quindi riempire il bicchiere (un tumbler alto, come l'Highball) di ghiaccio tritato. Versare il rum e colmare con soda water. Guarnire con menta e fetta di limone e servire con cannuce. Se poi si vuole proprio esagerare meglio usare hierbabuena come decorazione. A Cuba cresce spontaneamente e si trova con una certa facilità, l'aroma è più delicato e meno persistente della menta selvatica o mentuccia che si trova in Europa. In mancanza di questa c'è la menta marocchina, reperibile nei vivai ad inizio primavera. Al di fuori di Cuba il Mojito

si è ormai diffuso in una variante conosciuta come "versione europea" o "Mojito sbagliato" oppure "Mojito pestato", cioè quello che non si deve fare mai nella versione tradizionale. Si prepara ponendo sul fondo del bicchiere il lime a pezzi e lo zucchero di canna grezzo. A questo punto si amalgama il tutto schiacciando vigorosamente con il pestello aggiungendo poi la menta premuta delicatamente, il ghiaccio tritato e infine il Rum bianco. Qualcosa dunque che assomiglia molto ad una caipirinha alla menta che si completa con l'aggiunta della soda. Inoltrandoci, in queste e altre varianti scopriamo "Virgin Mojito", rigorosamente analcolico (proprio così!). In pratica al posto del rum si usa (in quantità maggiore del normale) soda (sprite, seven-up) oppure gingerale. Poi c'è "Mojitaly" dove al posto del rum compare la **Branca** Menta, un long drink molto rinfrescante grazie anche all'uso del mapo (agrume ibrido tra il mandarino e il pompelmo) in sostituzione del lime. Sempre restando in Italia troviamo il "Baxeichito", variante nata a Genova alla fine degli anni Novanta. Ancora un mojito pestato non più con la menta ma con il basilico, tipicamente ligure, che va

servito, dicono, con molto ghiaccio dentro un coccio. In realtà si potrebbe proseguire a lungo perché c'è anche una lista che ne trascrive ben 35: si va dall'uso della tequila al Campari e naturalmente ogni genere di frutta, dal melograno al lampone. Una lista che potremmo intitolare: c'era una volta il mojito...

Starhotels Collezione, la miscelazione d'autore con i Signature Cokctails alloggia qui

LINK: <https://www.beverfood.com/signature-cocktails-miscelazione-autore-alloggia-starhotels-collezione-wd/>



Starhotels Collezione, la miscelazione d'autore con i Signature Cokctails alloggia qui 08/07/2022 Il connubio Cocktail e Hotel ormai è una certezza, ecco allora che la collezione Signature Cocktails d'Hotel di Starhotels, gruppo privato alberghiero italiano leader nei segmenti upscale e upper-upscale & luxury, con 30 hotel situati nel cuore delle migliori destinazioni italiane oltre a Londra, Parigi e New York, sta sempre più spopolando. Un trend che per molti ospiti sta diventando un vero e proprio culto, un momento di piacevole convivialità da assaporare in location uniche per una travel experience indimenticabile. Cafè Romano Lounge Bar dell'Hotel d'Inghilterra Roma - Starhotels Collezione Al Cafè Romano Lounge Bar dell'Hotel d'Inghilterra Roma - Starhotels Collezione, iconico 5 stelle a due passi da Piazza di Spagna da sempre meta prediletta delle élite internazionali,

l'Head Barman Angelo Di Giorgi ha recentemente lanciato una nuova carta capsule che celebra gli alberghi Starhotels Collezione nelle più belle destinazioni del mondo. Un viaggio ideale da Roma a New York che presenta 9 cocktail inediti, ognuno dei quali miscelato partendo da un ingrediente tipico del luogo di appartenenza dell'hotel ed accompagnato da una proposta finger food, ideale da gustare nelle tiepide serate romane. Il signature di casa, che porta la firma dell'Hotel d'Inghilterra, è un drink di grande carattere a base di Bourbon whisky, Carpano **antica formula**, liquore al carciofo, bitter all'arancia & Angostura, ed una goccia di scotch affumicato. Cibrèo Ristorante & Cocktail Bar dell'Helvetia & Bristol Firenze - Starhotels Collezione A Firenze in un'ambientazione ricca di fascino e storia impossibile non concedersi un Negroni del Cibrèo allo straordinario bancone del Cibrèo

Ristorante & Cocktail Bar dell'Helvetia & Bristol Firenze - Starhotels Collezione, storico hotel ottocentesco che si affaccia su Palazzo Strozzi. Una rivisitazione del classico Negroni creato a Firenze nel 1919 usando ingredienti che ne esaltano i toni caldi e il sapore voluttuoso. L'Old Tom Gin e il **Vermouth Rosso** di Winestillery sono amalgamati ad hoc con China Clementi ed Alkermes di Santa Maria Novella per un risultato sorprendente ed intenso. I distillati utilizzati rappresentano un'eccellenza toscana e sono stati scelti appositamente per rendere omaggio all'origine di uno dei cocktail più famosi e bevuti al mondo. Grand Lounge&Bar del Rosagrand Milano-Starhotels Collezione Il Milanese invece è il signature cocktail del Grand Lounge & Bar, all'interno del Rosa Grand Milano - Starhotels Collezione, flagship hotel milanese del Gruppo nel cuore della capitale del design. Il

Milanese è un drink a base di gin aromatizzato allo zafferano, **vermouth "Antica Formula"** e sciroppo di zucchero arricchito da una nota di burro: una miscela che già dal colore riporta all'anima di Milano, con il giallo tipico dei suoi palazzi nobiliari e l'oro della Madonnina che domina il Duomo, alla cui ombra si trova il Rosa Grand. Il Bar 190 del The Gore London - Starhotels Collezione Il Bar 190 del The Gore London - Starhotels Collezione intrattiene londinesi, musicisti e viaggiatori da oltre un secolo: il legame con il mondo della musica è da sempre uno dei tratti caratterizzanti del The Gore, anche per la sua location a due passi dal Royal Albert Hall che lo rende il punto di ritrovo preferito per aperitivi e cene pre e post concerto. Proprio al Bar 190, nel cuore di Kensington, nel 1968 si è tenuto il famoso party di lancio dell'album Beggar's Banquet dei Rolling Stones. Per celebrare le star del rock 'n' roll, il mixologist del Gore Santo Borzi ha creato un cocktail unico in edizione limitata e disponibile fino al 24 luglio, che si ispira ad una delle canzoni più amate del gruppo: Jumpin' Jack è composto da bourbon Maker's Mark, liquore alla banana, Galliano, succo d'ananas e d'arancia. INFO

www.starhotels.com
Tu cosa ne pensi? Scrivi un commento (0)

Brancamenta torna on air per l'estate con una campagna omnichannel

LINK: <https://newsfood.com/brancamenta-torna-on-air-per-lestate-con-una-campagna-omnichannel/>



Brancamenta torna on air per l'estate con una campagna omnichannel 7 Luglio 2022 **BRANCAMENTA** torna con una campagna integrata per presidiare l'Estate 2022. Già in tv con il suo intramontabile film storico, e poi in radio, sui social, su spotify e con una campagna di contextual planning. Il ritorno di **Brancamenta** è forte sorprendente, chiaro e omnichannel! La presenza estiva dell'amaro alla menta piperita del Piemonte ha avuto inizio con lo spot tv "un intenso brivido di piacere": lo spot, coinvolgente e dinamico, ON AIR per 8 settimane dal 12 Giugno al 6 Agosto, colpisce con grande intensità in pochi secondi, quasi a richiamare quell'apice di piacere istantaneo, procurato dal brivido di piacere ghiacciato, per il quale **Brancamenta** è così noto e amato. A partire dalla prima settimana di luglio, **Brancamenta** torna anche sulle piattaforme digitali

con tre grandi novità: una campagna social per enfatizzare il potere rinfrescante e l'intenso brivido di piacere attraverso un hashtag di campagna #momentibrrr per raccontare i momenti che generano più emozioni, dalla prenotazione delle vacanze estive con un click, alla gioia di vedere un cielo stellato davanti a un falò con amici, all'entusiasmo nel condividere una sorpresa inaspettata; un'attivazione con noti influencer che mostreranno alle proprie "follower base" la corretta modalità di bevuta, rigorosamente ghiacciata e riattualizzeranno lo storico "Brrr", rendendo virale il jingle memorabile del Brand. Ognuno di noi sarà invitato a interagire con loro per condividere i più sorprendenti ed emozionanti "momenti brrr"; una campagna di contextual planning sul portale meteo.it con creatività diversificate e originali in base alle

condizioni meteo. Lo stesso jingle sarà protagonista anche del nuovo spot radio, ON AIR sulle emittenti nazionali e areali del Centro Sud e Veneto dal 17 Luglio al 6 Agosto 2022, che sarà amplificato anche attraverso la piattaforma di streaming Spotify. Suoni di ambiente esterno, di un luogo molto caldo e assolato. Si sentono tre cubetti di ghiaccio che cadono in un bicchiere e subito la versata di prodotto **B r a n c a m e n t a** . All'improvviso i suoni cambiano, si fanno più lievi, una donna sospira dopo aver bevuto, dando l'idea di essere davvero dissetata. Il messaggio è chiaro: "**Brancamenta**. L'amaro ideale rinfrescante da bere ghiacciato. Brrr ... **Brancamenta**. Un intenso brivido di piacere". Ma non finisce qui: il messaggio si completa con una chiara call to action all'acquisto del prodotto **Brancamenta** con l'iconico bicchiere "sculpto nel ghiaccio", disponibile nei supermercati e su

www.etilika.it, l'enoteca online specializzata nella ricerca, selezione e vendita dei migliori vini made in Italy, champagne e superalcolici, tra cui l'intero portafoglio **Branca**, appunto. È così che **B R A N C A M E N T A** accompagnerà la nostra Estate con un "intenso brivido di piacere"! Brrr...**Brancamenta!**
GUARDA LO SPOT TV A QUESTO LINK :
<https://youtu.be/5PBwx4m8180>

Quando la Loren accusò Pizzi di essere un terrorista rosso

LINK: <https://www.cinquantamila.it/storyTellerArticolo.php?storyId=62c567ad14977>



Quando la Loren accusò Pizzi di essere un terrorista rosso Tutti pensano che il tombeur des femmes del cinema italiano fosse Mastroianni, che invece veniva regolarmente violentato e distrutto dalle sue colleghe star, in special modo le bionde, e si consolava col **Fernet**. Niente a che vedere con l'intraprendenza di Ettore Scola. Che restò per tutta la vita "fedele", a modo suo, alla moglie. Ma non soffocò mai la sua indole di amatore. Nel '77 la [...] PER AVERE LIBERO ACCESSO A QUESTO CONTENUTO ti invito ad aderire alla promo unoXuno, Cinquantamila + Anteprima per un mese a 1 Euro. clicca qui Ciao. Sono Giorgio Dell'Arti e questa scheda fa parte del mio archivio personale, forte di un milione di pezzi e aperto agli abbonati della mia newsletter, che si chiama Anteprima. Anteprima è una «spremuta di giornali»: mi alzo alle tre di notte, leggo otto quotidiani e poi ne faccio una sintesi che arriva sul cellulare degli

abbonati alle 7 del mattino. Se vuoi continuare nella lettura, clicca sul pulsante giallo qui in cima e aderisci alla promo unoXuno Cinquantamila + Anteprima, per un mese, a 1 Euro. Se hai già aderito a questa promozione o se sei già abbonato ad Anteprima, procedi con email e password. Altrimenti clicca qui. Email Password Dimenticata? Mai avuta?

Fernet-Branca: 5 curiosità su un prodotto internazionale tutto da scoprire

LINK: <https://www.laprimapagina.it/2022/07/01/fernet-branca-5-curiosita-su-un-prodotto-internazionale-tutto-da-scoprire/>

Fernet-Branca: 5 curiosità su un prodotto internazionale tutto da scoprire Di Redazione - Luglio 1, 2022 1 Non capita spesso di bere un sorso di amaro e compiere un viaggio nel tempo e nello spazio, assaporando insieme il passato e il futuro sino a sentirli fondere in un presente tutto da vivere. Eppure, è proprio quello che capita quando ci si trova a sorseggiare un **Fernet-Branca**, qualunque sia la modalità in cui si preferisce gustarlo, in long drink, un cocktail indimenticabile o liscio con ghiaccio. E questo perché le Distillerie **Fratelli Branca** non realizzano semplicemente un amaro, ma passione, tradizione e sperimentazione intrecciando al rigore nel tramandare da anni una ricetta vincente l'abilità nel saperla rendere sempre attuale, incontrando il favore di generazioni diverse. Ma cosa si nasconde dietro la ben nota storia di questo prestigioso amaro? Scopriamo alcune curiosità su questo prodotto made in Italy dal sapore così squisitamente internazionale. Il viaggio dei tre sorsi Per degustare al meglio **Fernet-Branca** l'approccio corretto è quello

dei tre sorsi, che permette di cogliere tutte le sfumature e la complessità che l'amaro ha da offrire. Il primo sorso rapisce, il secondo avvolge e il terzo rivela la sua più intima e profonda identità. La ricetta segreta Tramandata di padre in figlio, rimanendo sempre rigorosamente in famiglia, della formula segreta dell'amaro sono noti solo alcuni ingredienti di una ricetta più complessa. Erbe, radici e spezie vengono mescolati in un' miscela speciale per ottenere le proprietà benefiche del prodotto e il suo sapore inimitabile, contenente una ridotta quantità di zucchero. Le 27 erbe che contiene provengono da quattro continenti: lo zafferano proviene dal Sud Africa, il rabarbaro dalla Cina, la Genziana dalla Francia, la Galanga dall'India o dallo Sri Lanka, la Camomilla dall'Italia o dall'Argentina. Infusione e maturazione Una volta portate in fabbrica le erbe subiscono due processi: quelle come mirra e camomilla vengono portate a ebollizione e lasciate sedimentare un mese, mentre le radici e le altre erbe destinate all'infusione a freddo

vengono immerse in alcol o soluzione idroalcolica e quindi centrifugate. Le infusioni a caldo e a freddo vengono mescolate in un grande serbatoio dove vengono lasciate riposare per altri 20 giorni. Il prodotto semilavorato viene quindi posto a maturare per almeno un anno in botti di rovere fino a quando tutti gli ingredienti non si saranno amalgamati e la miscela adeguatamente maturata. Il viaggio in Argentina Iniziamo subito col dire che l'Argentina è l'unico paese, eccetto l'Italia, in cui si produce **Fernet-Branca**. Ma non solo: il paese sudamericano è anche l'unico al mondo in cui l'amaro supera i numeri del proprio paese di origine. Sicuramente la predilezione degli argentini per i gusti amari ha aiutato, ma è da ricercarsi nella forte immigrazione italiana la vera ragione. Dal consumo personale, che veniva fatto in origine sfruttando il distillato per le sue proprietà digestive, all'importazione vera e propria il passo fu breve. Il vero valore sono le persone. Uno dei motivi per cui il **Fernet-Branca** è tanto amato, al di là del suo innegabile gusto, è la

capacità di legare generazioni e persone. Pensiamo alla comunità dei Bartender: le iniziative realizzate dalle Distillerie **Fratelli Branca**, come i Barback games o le Coin **Fernet-Branca**, che permettono di sentire viva e forte l'appartenenza ad una grande famiglia ne sono forse l'esempio più concreto. Così come lo è la passione dei tanti mixologist che, con passione e dedizione, c o n t i n u a n o incessantemente a sperimentare sapori per dare al **Fernet-Branca** modo di raggiungere i gusti dei palati più sopraffini. Queste sono naturalmente solo alcune curiosità che si celano dietro l'amaro di Milano: 177 anni di storia e tradizione, specie se in continuo fermento, sono davvero tanti da raccontare. Il modo più bello per scoprire **Fernet-Branca** è sedersi e assaporarlo, in una qualunque delle sue molteplici forme. Articolo precedente Anyma presenta il nuovo singolo "Paradise"
Redazione

I family office fanno leva sul private equity

LINK: <https://financialounge.repubblica.it/news/2022/06/27/family-office-fanno-leva-sul-private-equity>



Il report I family office fanno leva sul private equity Un report globale di Ubs scatta la fotografia del settore che anche in Italia vuole aumentare gli investimenti diretti in fondi private equity di Paola Jadeluca 27 Giugno 2022 09:56 I family office guardano con sempre maggiore interesse verso il private equity, una forma di investimento che consente in modo particolare di convogliare risorse verso l'economia reale. I family office già per loro natura hanno già una vocazione per il settore produttivo reale. Nascono infatti per tutelare i patrimoni personali degli ultra-ricchi. TUTELA DEI PATRIMONI DELLE FAMIGLIE STORICHE A differenza di banche e società di gestione finanziaria i family non si occupano della intermediazione finanziaria, ma solo ed esclusivamente di servizi di consulenza che spaziano da quella finanziaria fino agli estremi della gestione delle flotte di yacht o della migliore

scuola per i figli. I pionieri in questo settore sono state le grandi dinastie imprenditoriali, che hanno creato in casa i propri family office: la famiglia Zambon, degli industriali chimico-farmaceutici vicentini, i Pallavicini, blasonata famiglia romana, i Tosetti di Torino, i **Branca**, proprietari del famoso **Fernet Branca**, i Manuli, acciaierie, i Boroli-Drago, proprietari della De Agostini, ora anche azionisti di Generali. Per non parlare degli Agnelli, e di Leonardo Del Vecchio, patron di Luxottica: tutti hanno un family office che custodisce beni e segreti di casa. Il 35% delle imprese del Fortune 500 sono possedute e gestite da una famiglia. Qualche nome: Walmart, Volkswagen, Berkshire Hathaway di proprietà del guru della finanza Warren Buffett, che ne è il presidente. INVESTIRE OGGI Oggi molte strutture fanno capo a banche importanti, come Ubs che, non a caso, ha scattato una fotografia

aggiornata del settore a livello mondiale Global Family Office Report 2022. Dal report risulta che i family office stanno riducendo le allocazioni fixed income e stanno aumentando gli investimenti in private equity, real estate e private debt, sacrificando la liquidità in cambio di rendimenti. In particolare, fanno leva sul private equity: dal 2019 alla fine del 2021 l'allocazione patrimoniale è aumentata dal 16% al 21% e l'intenzione è quella di incrementare gli investimenti nei prossimi 5 anni, con il 42% che prevede di aumentare le allocazioni dirette in private equity, mentre il 38% che intende aumentare gli investimenti in fondi di private equity e fondi di fondi. L'indagine si basa su circa 200 family office che gestiscono mediamente oltre 2 miliardi di dollari ciascuno. DUE DILIGENCE PIÙ ACCURATA Una politica monetaria più aggressiva da parte delle banche

centrali per frenare l'inflazione potrebbe certo esporre maggiormente i private equity. Secondo Max Kunkel, Chief Investment Officer di Ubs, il nuovo atteggiamento degli istituti monetari indubbiamente impatterà sulle società di private equity che hanno potuto cavalcare il rally dei mercati grazie alla liquidità in abbondanza., ma lo stesso Kunkel ha sottolineato come molti family office prevedono di trovare rendimenti più interessanti nei mercati privati, grazie a una due diligence più accurata e a rapporti di lunga data con i vertici aziendali che consente loro di ottenere informazioni privilegiate. TUTELARE IL PATRIMONIO PRIVATO Tutelare il patrimonio privato è una delle strategie per tenere unita la famiglia. E questo fa bene anche all'impresa. Azienda e famiglia corrono di pari passo. La Samsung, per esempio, aveva escogitato la quotazione in Borsa per risolvere l'eredità tra i proprietari, dilaniati dai dissapori tra il patriarca Lee-Kun-Hee- scomparso nel 2020, e i figli. Storia diventata una vera e propria saga. Nella classifica dei Paperoni mondiali figurano oggi molti giovani fondatori di imprese Internet che, anche in questo ambito, hanno

portato la loro carica dirompente di innovatori. IL TREND IN ITALIA "Anche per quanto riguarda i Family Office italiani si confermano i principali trend osservati a livello globale", ha commentato Paolo Federici, Market Head di UBS GWM in Italia."Anche nel nostro Paese assistiamo ad un interesse crescente verso le soluzioni di private equity - ha detto Federici- ed in generale di private markets, certamente favorito dal fatto che molti di questi Family Office fanno riferimento a famiglie imprenditoriali con grande esperienza nella gestione aziendale. Inoltre, le tensioni sui tassi di interesse hanno favorito l'allungamento dell'orizzonte temporale adottato dalle famiglie benestanti italiane nella gestione del proprio portafoglio, incrementando la componente azionaria e ricercando crescente diversificazione negli strumenti, più in linea con la media dei Family Office Internazionali".

Dopo la scissione, la riabilitazione: la parabola di Luigi Di Maio, da 'bibitaro' ad uomo di establishment

LINK: <http://www.ilvaglio.it/article/15658/dopo-la-scissione-la-riabilitazione-la-parabola-di-luigi-di-maio-da-039bibitaro039-ad-uomo.html>



Dopo la scissione, la riabilitazione: la parabola di Luigi Di Maio, da 'bibitaro' ad uomo di establishment
26 Giugno 2022 - Politica
Istituzioni di Luigi De Nigris
Luigi Di Maio, dopo la scissione dal M5S, è stato immediatamente riabilitato. Molti di coloro che lo definivano qualunquista e populista, oppure lo deridevano per l'occasionale vendita di bibite o **caffè Borghetti** allo stadio San Paolo - come se fosse qualcosa di cui vergognarsi - oggi lo riconoscono come un uomo di establishment e di potere, un politico europeista ed atlantista con cui poter trattare. Una legittimazione dettata evidentemente da interessi elettorali, visto che avrebbero potuto apprezzarlo anche prima della scissione. Il giovane politico, ad appena 35 anni, ha infatti contribuito alla formazione degli ultimi tre governi italiani; è stato il capo politico del M5S nel periodo di maggiore trasformazione; è diventato

il vicepresidente della Camera più giovane dell'intera storia repubblicana, quindi vicepremier e Ministro della Repubblica, prima del Lavoro e per due volte degli Esteri. Per non parlare del ben servito dato a leader molto più affermati di lui. Prima a Salvini, quando ha rotto l'alleanza di Governo con la Lega, poi a Giuseppe Conte, di cui è stato il king maker per farlo diventare Primo ministro. Oggi, con un'operazione da far sbavare di invidia quanti hanno costruito la carriera politica con azioni simili, ha vaffanculato perfino Beppe Grillo, suo mentore. A differenza loro, però, il prima-deriso giovane pomiglianese, lo ha fatto costituendo un gruppo di ben 62 parlamentari (51 deputati e 11 senatori) e soprattutto senza ricorrere ad "onerosi" convincimenti, come quelli attuati da eminenti statisti (sic!) con i vari Razzi, Scilipoti o De Gregorio. Senza la copertura del simbolo del

M5S, Di Maio continuerà quindi a confrontarsi con chi utilizza le sue stesse armi: tramutare una convenienza personale in ragionamento politico ed assicurarsi sopravvivenza parlamentare. Da qui alle prossime elezioni politiche assisteremo ad un estenuante gioco di "chi fotte a chi". Il tempo in cui "il lupo dimorerà insieme con l'agnello, la pantera si sdraierà accanto al capretto; il vitello e il leoncello pascoleranno insieme" (Isaia 11,6), è ancora molto lontano. Soprattutto in Parlamento!

ASSOCIAZIONISMO

Autore: **Luigi Franchi**

Cosa fa il Banco Alimentare

Una realtà importante per una corretta politica del cibo

Ogni anno in Italia il 15% della produzione alimentare viene sprecato in vari modi e il Banco Alimentare, una fondazione con 21 centri territoriali dotati di magazzini e logistica, cerca di contenere questo spreco grazie a iniziative come la Colletta Alimentare che avviene in un giorno prestabilito in ogni parte d'Italia, e al recupero che fanno, tutto l'anno, presso le industrie alimentari, la GDO, i mercati generali, la ristorazione e le fiere, e alle oltre 7.600 associazioni caritative ed enti che poi redistribuiscono questo cibo. Tutto questo avviene grazie ai **1.934 volontari della rete del Banco Alimentare**. Di questo parliamo con **Marco Lucchini**, segretario generale del Banco Alimentare, che ci spiega il gigantesco funzionamento di questa rete, nata negli Stati Uniti da un incontro particolare.

Quando è nato il Banco Alimentare e chi è stato ad avere l'iniziativa?

“Il primo Banco Alimentare nel mondo nasce negli Stati Uniti ad opera di John Van Hengel, un volontario presso la mensa dei poveri di Phoenix in Arizona. Era il 1967. Nasce in modo casuale, senza nessun pensiero strategico antecedente. Incontra una donna che sta frugando dentro i bidoni della spazzatura di un supermercato per recuperare il cibo per lei e per i suoi dieci figli. John le si avvicina e le dice: perché non viene alla mensa dei poveri? La risposta della donna fu: qui trovo cose più buone! Rimasto colpito da questa cosa va dal direttore per capire e scopre che le leggi del mercato, con standard dettati dal marketing, definiscono quali prodotti vanno di più mentre gli altri vengono gettati



perché costa di più smaltirli. A quel punto prese un accordo con il direttore del supermercato per ritirare lui la merce e portarla alla mensa francescana. In poco tempo si trovò a raccogliere più di quello di cui i frati avevano bisogno così cominciò a distribuirla anche ad altre associazioni della città, fino a quando gli venne donato uno spazio in una vecchia panetteria dismessa che John trasforma nel primo magazzino. Reincontra la signora che gli suggerisce, inconsapevolmente, il nome, affermando: se noi avessimo una food bank, una banca del cibo saremmo più ricchi. La cosa diventa presto virale e si sviluppa in tutti gli Stati Uniti”.

In Italia quando nasce il Banco Alimentare?

“Da una partecipazione di un italiano, milanese, a un incontro a Barcellona dove viene coinvolto nel Bancos de Alimentos. Il suo nome è Diego Giordani. Chiamò Giorgio Vittadini della Compagnia delle Opere a Milano che mi chiese, in quanto laureato in Agraria e coordinatore delle cooperative commissionarie (quelle che oggi sono i GAS; gruppi di acquisto solidali ndr), di capirne di più. Presi contatto con Giordani, andai a Barcellona per capire come funzionava questo Banco Alimentare. Era il 1988, io lavoravo in una piccola catena alimentare e, in quel periodo, si stava sviluppando la trasformazione del commercio, i supermercati prendevano sempre più spazio, l’inflazione era a due cifre, l’industria alimentare era praticamente statalizzata e in agricoltura si lasciavano marcire i prodotti nei campi in base ai regolamenti della PAC e perché non si guadagnava più nulla. Un periodo dove il consumismo cominciava a diventare regola di vita, il famoso 2x3 imperava. Quindi succedeva che facevi acquisti per ottenere un prezzo e molta merce restava invenduta. In quella situazione decidiamo di dar vita al nostro primo Banco Alimentare, incontrando un grande imprenditore, Danilo Fossati della STAR, sensibile al tema del recupero. Grazie a lui creammo il primo magazzino e, nel gennaio del 1990, ci arrivò del **Fernet Branca** avanzato dai pacchi natalizi, fu così che intuimmo che la cosa era possibile. Nel 1992 lasciai il mio lavoro e, da allora, mi dedico interamente all’attività della Fondazione Banco Alimentare”.

Cosa significa oggi la presenza del Banco Alimentare?

“Una presenza in 70 stati del mondo suddivisi in tre grandi reti: una rete europea (FEBA) che coinvolge 30 paesi europei; Feeding America per i paesi dell’America del Nord; Global Food Banking Network per il resto del mondo. In Italia abbiamo la sede della Fondazione a Milano, con 21 Banchi Alimentari nelle regioni italiane dotate di magazzini per la corretta gestione delle merci alimentari e 1934 volontari attivi, 160 dipendenti che sono con noi dopo aver perso il lavoro”.



Marco Lucchini

Come si diventa volontari? Che requisiti occorrono? Avete sedi territoriali?

“Principalmente chi si rivolge a noi è una persona che ha del tempo perché qui si lavora a tempo pieno. Poi dipende dall’attività: in magazzino occorrono persone che abbiano la giornata intera; per la raccolta del cibo urbano servono invece poche ore al giorno. Non abbiamo mai fatto campagne di reclutamento, le persone arrivano con il passaparola e le collochiamo in base ai desiderata e le nostre esigenze. Facciamo un percorso di formazione. Chi viene per ‘l’emozione’ di aiutare direttamente un bisognoso da noi non la trova, perché il nostro lavoro è di intermediazione tra chi offre e chi redistribuisce. Noi consegniamo, o vengono direttamente a prendere la merce nelle nostre 21 sedi territoriali, a circa 7.600 associazioni di volontariato in Italia, in modo che abbiano più tempo da dedicare alle persone. Poi abbiamo la Colletta Alimentare che dura però un solo giorno, mentre l’attività quotidiana è incentrata sulla raccolta del cibo per evitarne lo spreco”.

Si spreca ancora molto in Italia?

“Negli anni si spreca sempre meno, grazie all’infor-

matica che tiene sotto controllo i cicli produttivi, a una diversa sensibilità delle persone, ad una crisi economica di fatto e a una sostenibilità che sta facendo breccia. Chi dice il contrario dice una falsità. Resta ancora un problema, certamente. Uno studio del Politecnico di Milano del 2015 rivelava che erano circa 5 milioni di tonnellate all'anno lungo tutta la filiera, compresi i consumatori, le eccedenze alimentari, un dato che è leggermente migliorato ma ancora troppo elevato. Di quelle eccedenze il 50% è ancora commestibile e recuperabile. Il costo del recupero, con più ci si sposta a valle della filiera, è più alto: recuperare in un ristorante o in un supermercato costa di più che ricevere un tir dall'industria, ma offre più varietà di prodotto”.

La ristorazione classica come può interagire con voi?

“La ristorazione ha gli strumenti per ridurre lo spreco, cominciando dalla cura che mette nella gestione della cucina: un bravo chef riesce a riproporre, con altre ricette, quello che si è avanzato oggi. In cucina rimane sempre molto poco. Rimane il problema di quello che rimane sul piatto, ma questo è un problema universale. Noi non lo ritiriamo perché non è più recuperabile, perché c'è un problema di contaminazione. L'unica possibilità è che l'ospite se lo porti via”.

Quante derrate avete raccolto nel 2021, in termini quantitativi?

“Abbiamo raccolto 126.235 tonnellate di alimenti, ridistribuite tra le 7.600 associazioni che aiutano 1,7 milioni di persone. Ed è il 50% del bisogno reale! Cerchiamo di contenere il numero di associazioni per evitare di dare un tozzo di pane a testa”.

Un'intervista che rende bene lo straordinario lavoro quotidiano della Fondazione Banco Alimentare. Ma ci sono due cose che vogliamo ancora raccontare: il recupero dei pesci sequestrati per frodo da parte del Banco Alimentare interrompe anche una catena malavitosa. Con la donazione si evitano le aste dove, a volte, c'è la sensazione di un accordo tra chi ha fatto il reato e chi gestisce l'asta. L'anno scorso sono state 16 le tonnellate di pesce recuperato dai sequestri.

L'altra cosa è il giudizio sui giovani, anche quelli che fanno i volontari del Banco Alimentare, che ha Marco Lucchini: “I giovani di oggi sono fantastici! Hanno un'attenzione alle cose che è propria e capiscono una cosa fondamentale: che anche un piccolo gesto incide!”



Grande successo per la serata milanese di Kimbo Sparkling Coffee

LINK: https://www.mixerplanet.com/grande-successo-per-la-serata-milane-se-di-kimbo-sparkling-coffee_209517/



Grande successo per la serata milanese di Kimbo Sparkling Coffee Giu 20, 2022 Lo scorso 16 giugno Kimbo ha presentato a Milano Kimbo Sparkling Coffee, la bevanda frizzante al caffè 100% arabica, assoluta novità di mercato. Il free bar galleggiante firmato Kimbo è stato un vero e proprio successo e ha rappresentato il trampolino di lancio per la frizzante bevanda Sparkling Coffee. Durante la serata sono salite a bordo più di 1.000 persone e serviti circa 1.200 assaggi della bevanda, degustata sia in versione assoluta sia mixata. L'evento ha permesso a Kimbo di far conoscere il nuovo prodotto anche ad un target più giovane e dinamico, intrattenuto da musica coinvolgente, divertimento e freschezza, in una serata dove l'iconica lattina blu Capri, espressione del legame che l'azienda partenopea ha con il suo territorio, è stata la protagonista assoluta di

questo appuntamento. I passanti, sono stati accolti da hostess Kimbo, e hanno potuto assaggiare lo Sparkling Coffee, oltre che on the rocks con ghiaccio e limone, anche in diverse versioni di cocktail preparate direttamente a bordo da bartender specializzati, tra cui: Un caffè all'Havana, una preparazione capace di riportare la mente direttamente a Cuba, grazie a ingredienti come rum, lime, zucchero e menta, il tutto reso ancora più speciale dalle note avvolgenti di Kimbo Sparkling Coffee; Tu vuò fa l'americano, un omaggio al maestro Carosone, dove la soda è sostituita dallo Sparkling; Mi- Na (Milano-Napoli), una speciale creazione che unisce l'essenza di queste due bellissime città protagoniste della serata, grazie al **Fernet** da bere ghiacciato e al caffè che ritroviamo nello Sparkling Coffee e, infine, Plata o Caffè, per un drink dai sapori sud-americani

grazie allo spirito d'agave, che si unisce alla perfezione con le note fresche del lime e di quelle decise della nuova bevanda Kimbo. La degustazione è stata accompagnata da Lolla Fedolfi, DJ di fama internazionale, che ha suonato gli ultimi successi pop del panorama mondiale e da alcuni influencer di spicco come Soleil Sorge, personaggio televisivo con un grande seguito anche sui social, e alcune influencer lifestyle come Giulia Lai, Chiara Pisedda, Daniela Roncaletti, Arianna Ventura, Fabiana Russo e Rachele Moscatelli. L'evento si inserisce nella più ampia campagna di comunicazione Out Of Home dedicata a Kimbo Sparkling Coffee che vedrà la personalizzazione dei battelli in transito sulle vie fluviali del Naviglio. La scelta del battello non è stata casuale: dalla primavera scorsa è stata attivata per la prima volta la navigazione turistica sostenibile sui Navigli. Un servizio che viene esteso ai

comuni lungo tutto il naviglio grande: da Milano ad Abbiategrasso e lungo l'asta verticale del canale fino a Turbigo, nodo delle idrovie collegate alla provincia di Varese. La scelta di Kimbo verso questa tipologia di mezzo pubblicitario è stata quindi dettata anche dalla sempre più sentita vicinanza dell'azienda alla filosofia green. Il battello brandizzato Kimbo tornerà a navigare sul Naviglio fino all'11 luglio e toccherà le fermate di: Alzaia Naviglio Grande, Vicolo Lavandai, Santa Maria delle Grazie sul Naviglio, Palazzo Galloni, Chiesa san Cristoforo, Naviglio Pavese e Darsena di Milano.

Aperitivo a Milano all'aperto: 12 indirizzi per un'estate indimenticabile

LINK: <https://www.scattidigusto.it/2022/06/16/aperitivo-allaperto-a-milano-indirizzi-migliori/>



Aperitivo a Milano all'aperto: 12 indirizzi per un'estate indimenticabile
Aperitivo a Milano all'aperto: 12 indirizzi per un'estate indimenticabile
L'aperitivo a Milano è un rito e in estate va consumato all'aperto nei migliori dehors o sulle terrazze dei locali. A questi prezzi
Notizie giovedì, 16 Giugno 2022 di Alessandra Fenyves
Milano sta all'aperitivo come Napoli alla pizza. E più dell'aperitivo può solo l'aperitivo all'aperto quando arriva l'estate e a Milano è tutto un cercare dehors. L'aperitivo è un culto, una parte del vivere la città, un modo di esprimersi. È finita, si spera, l'era dei buffet, che aveva spopolato negli anni 90 fino a un paio di anni fa. Forse dobbiamo ringraziare il Covid, perché evita l'effetto self service, le code al banco, i piatti riempiti male di cibo quasi mai "buono". Abbiamo messo in classifica altri 12 locali all'aperto per il sacro rito dell'aperitivo all'aperto

che si aggiungono alla nostra precedente selezione. 20 locali che soddisferanno la vostra voglia di aperitivo all'aperto a Milano. 1. Aperitivo all'aperto a Milano: Bulgari Hotel Ci piace tantissimo questo giardino in una zona centrale di Milano eppure ovattata dal caos. La luce passa attraverso le ampie vetrate e illumina tutto il bar. Tutto rimanda all'ospitalità di lusso. Tremendamente chic, il Bulgari è tra le location più richieste per gli eventi dei brand della moda. La qualità degli aperitivi non si discute sia per materie prime che per tecnica di miscelazione curata da Patrick Greco. Tra gli special cocktail che illustrano lo stile: L'Elemento (Cognac Corvoisier, Ratafià, succo di Merlot, Oleo Saccharum di arancia e cannella, succo di Lime); Milano (Pisco, Roots divino analcolico, spicy mix, lime chiarificato, bitter Fusetti, spuma di zafferano). Prezzi a partire

dai 20 EUR. Bulgari Hotel. Via Privata Fratelli Gabba, 7. Milano. Tel. +39028058051. Facebook
2. Vertigo Urban Garden All'interno dell'hotel 4 stelle Milano Verticale | UNA Esperienze, Urban Garden Bar fa parte dei progetti enogastronomici del tre stelle Michelin Enrico Bartolini. Che ne ha affidato la guida allo chef Michele Cobuzzi. Il giardino è una vera e propria oasi verde di 1.000 metri quadrati, elegante ma non snob, grazie ai camerieri molto simpatici. Ha una vista sui nuovi grattacieli milanesi, compreso il Nido Verticale. Quindi molto instagrammabile per gli amanti delle foto. La carta dei cocktail è stata creata con la consulenza di Mattia Pastori. Il barman di riferimento è Luca Ardito. Tra i cocktail signature di ottimo livello vi segnaliamo: Aroma dell'Arte (Tanqueray n°10 or Ketel One, Lillet Blanc al gelsomino & Verbena, Olio d'oliva Nero agli agrumi), 16 EUR

Vertigo Mule (Malfy or Absolut Elyx, Italicus Rosolio di Bergamotto, Acqua di cetriolo, Ginger Beer S. Pellegrino), 16 EUR Spring Night (La Hechicera, Monkey 47, Cordiale di Passion Fruit & Pesca Alamea, Roots Masthia alla Melissa), 16 EUR Sudamerica (Damoiseau 40°, Bitter Fusetti infuso al cocco, Marsala al Caffé, Soda Ananas Three cents), 16 EUR. Be Vertical Martini (Tanqueray n°10 or Ketel One, Lillet Blanc al gelsomino & Verbena, Olio d'oliva Nero agli agrumi), 20 EUR Zeropolitan (analcolico con Seedlip Garden, Agrumi, Succo di Cranberry), 11 EUR. Il cibo in accompagnamento, preparato dalla cucina di Vertigo Osteria Contemporanea, è ottimo ma si paga a parte. Qui avete un'idea: Polentine servite con crema di verdure di stagione, salsa al gorgonzola e salsa di pescato, 9 EUR Focaccia casereccia pomodoro e origano, 6 EUR Pane burro acciughe, 10 EUR Calamaretti fritti, 10 EUR Crocchette di merluzzo, 8 EUR Mondegghili, 8 EUR Mix stuzzichini, 15 EUR Vertigo Urban Garden Milano Verticale. Via Carlo de Cristoforis 6. Milano. Tel. +390262271. Facebook 3. Clotilde Brera A Milano aperitivo e cena all'aperto al Clotilde Bistrot di Brera. La

terrazza affacciata su Piazza San Marco accoglie la drink list firmata dal mixologist Filippo Sisti. In carta ci sono i grandi classici riletti con tocco creativo e originale. Alcuni sono studiati e suggeriti per l'abbinamento con i piatti elaborati da Domenico della Salandra. Come l'Améri-Calmo perfetto con la classica cotoletta alla Milanese. La proposta standard dell'aperitivo ha la formula da cocktail bar, quindi senza buffet, e con prezzi a partire da 15 EUR. Per l'estate non è più disponibile la formula pranzo che ritornerà a settembre, ma nel frattempo godetevi cocktail e terrazza di questo magico posto. Clotilde Bistrot. Piazza San Marco, 6. Milano. Tel. +390238316453. Facebook 4. Panino Giusto Malpighi In partnership con Rita Cocktails, il brand di panini ha lanciato Aperitivo Giusto. All'interno del bellissimo palazzo Galimberti in stile liberty e nei tavolini del dehors a Porta Venezia potrete gustare i cocktail Aperitivo Giusto. Sono creati da Edoardo Nono, barman di fama internazionale e titolare di Rita Cocktails, e preparati da Riccardo Tesini. I 7 cocktail signature Rita sono: L'immane Spritz in due versioni: lo Spruzzato (Aperol più

liquore di Sambuco) e il Veneziano (aperitivo Select, liquore di genziana e una punta di Rabarbaro). Il Kentucky Derby (Old Fashioned con Cognac infuso alla menta marocchina). Per-me-un-Martini e Giulietta (Cocktail Martini con Bitter Campari, Benedictine, Lime e Grappa). Negroni del Bauscia (con una punta di Fernet Branca, Vermouth Oscar 697, Gin GIASS e Bitter Fusetti) e il Negroni Mediterraneo (con Campari, vermouth Carpano Rosso, dry gin Luxardo e liquore artigianale di Chinotto). "Tu vuò fà l'Americano" e Americarlo (Vermouth Carlo Alberto Bianco e Rosso, Bitter Rouge e una punta di bitter Barrel Aged Fee Brothers) L'Aggiustato (con Vermouth Carlo Alberto e Prosecco Superiore Jeio Bisol) Il Bianchino (Bitter bianco Luxardo, Oscar bianco 697 e olio essenziale di salvia). In carta anche l'analcolico Atopia a base di agrumi e spezie. Per il cibo trovate il classico tagliere di salumi e formaggi con gnocco fritto e anche un hummus vegano. Il prezzo drink e food incluso varia dagli 8 ai 10 EUR. Panino Giusto. Via Malpighi, 3. Milano. Tel. +390229409297. Facebook 5. Aperitivo all'aperto a Milano: Mag Cafè I Navigli, da sempre attrattiva per gli amanti della vita notturna,

hanno perso forse il primato. Però d'estate la popolazione serale sembra riversarsi tutta qui. Mag Cafè ha un ambiente insolito per la zona. Un locale anni '30, dove i barman ti preparano dei cocktail sorprendenti con materie prime di alta qualità, spezie incluse. L'atmosfera bohémienne e anacronistica del locale si spezza poi nei tavolini all'aperto affacciati sul Naviglio dove il passaggio pedonale è continuo e vivace. I cocktail più richiesti sono il Giappone e il Marinaio ma su loro richiesta non posso svelare di che si tratta, quindi andate a provarli. Niente finger food sofisticati. Qui l'aperitivo consiste nel drink accompagnato da olive, mais, taralli e pop corn aromatizzati al limone. Prezzi dai 9 ai 10 EUR. Mag Cafe Milano. Ripa di Porta ticinese, 43. Milano. Facebook 6. Aperitivo all'aperto a Milano: Ceresio 7 Aperitivo sul rooftop tra i più amati dai milanesi o almeno tra i più conosciuti per l'effetto terrazza e pool garantito dal quarto piano dello storico palazzo Enel. Due terrazze con piscina offrono una vista unica sulla zona monumentale e sui grattacieli di Porta Garibaldi. Per l'aperitivo all'aperto più scenografico di Milano la scelta è tra i cocktail classici o le

creazioni di Guglielmo Miriello. Ovviamente in abbinamento agli ottimi finger food preparati dallo chef Elio Sironi. L'aperitivo di Ceresio 7 è servito tutti i giorni dalle ore 18.30 alle 21. Prezzo medio di 20 EUR. Ceresio 7. Via Ceresio, 7. Milano. Tel. +390231039221. Facebook 7. Eataly Smeraldo Eataly Smeraldo è un luogo di incontro apprezzato dai milanesi e dai turisti. Nel dehors è stato riqualficato un chiosco che dà sulla vivacissima Corso Como. È aperto dalla prima colazione e i barman si destreggiano con la preparazione di cocktail e aperitivi in questa piazza di Milano. Da Eataly Smeraldo l'aperitivo è all day long: va bene un qualsiasi momento della giornata per scegliere cocktail, mocktail, birre, gin. C'è la ricca carta di vini e bollicine dell'Enoteca e la possibilità di selezionare un piatto. Ci sono i taglieri e ad altri sfizi. Io vi consiglio, ad esempio, gin tonic (10 EUR) e panzanella (9,5 EUR). In aperitivo è possibile scegliere anche tra i piatti iconici di Eataly Smeraldo tra cui la pizza al padellino, proposta in ben 9 varianti (dai 10 ai 18 EUR) e i supplì (3,5 EUR il classico). Oppure un primo dal menu come gli spaghetti all'astice (28 EUR). I piatti sono serviti in porzione singola o in versione "sharing".

Eataly Smeraldo. Piazza XXV Aprile. Milano. Facebook 8. Enò Bevo vini Ribelli Di ribelle non c'è molto. Ma di sicuro questo posticino, che ha iniziato due anni fa con due tavolini e ora ha un dehors un po' più ampio, incuriosisce. Perché anche se ci vai per la prima volta è come se ci fossi sempre stato. Questo minuscolo locale, a pochi passi dall'Arco della Pace, ha un segreto ed è Stefano Giust, l'oste e patron. Non è milanese, è friulano e quindi ci sa fare con gli amanti del bere ma anche con gli amanti "dello scambiar due parole". Niente cocktail per un aperitivo all'aperto in questo quadrante di Milano a parte un gin tonic. Ma in carta ci sono più di 300 etichette di vini e bollicine da tutta Italia (anche qualche champagne). Stefano organizza corsi di degustazione e anche qualche tour dai produttori. In food pairing patatine taralli e olive, ma anche un tagliere (i salumi li porta dal Friuli) o il frico friulano fino ad osare con il caviale. I prezzi dei calici variano dai 6 ai 10 EUR. Enò Bevo vini Ribelli. Via Luigi Cagnola, 7. Milano. Tel. +390287074004. Facebook 9. Gud City Life Siamo dietro casa dei Ferragnez, in una delle 5 location in cui il format di successo GUD accoglie centinaia di aperitivisti. La cucina per un

aperitivo all'aperto in questo giardino di Milano è affidata allo chef e socio Stefano Cervenì che ha inserito nelle proposte in pairing ai drink un twist asiatico. Tra le novità ci sono bao (i panini soffici cinesi) farciti con combinazioni di ingredienti stagionali. I Bao sono venduti singolarmente a 5 EUR ciascuno oppure nella combo con 3 a 13 EUR. Qualche esempio: Italian Bao (con stracciatella, caponata di melanzane e basilico), Bubba Bao (gamberi, maionese, erba cipollina, zest lime) e Zen Bao (maialino morbido - pancia di maiale cotta a bassa temperatura e leggermente affumicata-, salsa zen fatta con una riduzione di miele, soia e sake, taccole e daikon). Per i salutisti anche in orario aperitivo ci sono in carta 5 estratti di frutta e verdura freschi di giornata. La drink list è creata dall'head bartender Aldo Carano. Tra i drink proposti Daiquiri al Cocco (Coco Passion Daiquiri) Tommy's Margarita alla Banana (Sex Tommy's) Fiero G?D, long drink fresco e aromatico a base di gin, Martini Fiero, zenzero e cetriolo fresco. Gud City Life. Via Demetrio Stratos, 5. Milano. Tel. +359889826498. Facebook 10. Rita's Tiki Room Aperitivo al Rita's Tiki Room. Foto di Studio

MaiGiù Un vero e proprio Tiki Bar sulla Ripa di Porta Ticinese. Ambiente fusion e atmosfera Tiki con richiami polinesiani e caraibici. Diciamo che è un posto sicuramente adatto a chi ama il rum poiché ha più di 200 etichette in bottigliera. Qui, il cocktail dell'aperitivo all'aperto a Milano più gettonato è il Painkiller con Navy rum, crema di cocco, arancia, ananas e noce moscata. I cocktail sono serviti assieme a piccoli finger, come focaccine, pinzimonio, patatine. Ma è possibile ordinare (pagando a parte) qualche Tapas che cambia di continuo. L'aperitivo nel cortile interno è disponibile dal giovedì alla domenica dalle 18 alle 21 anche se il giardino chiude a mezzanotte. I prezzi variano dai 10 ai 13 EUR. Rita's Tiki Room. Ripa di Porta Ticinese, 69. Milano. Tel. +390283555017. Facebook 11. Pasticceria Clivati Un aperitivo in pasticceria, classico e retrò all'aperto a Milano, ci piace e ci ricorda un po' gli anni '80. Clivati è una pasticceria storica, un'istituzione per la città di Milano e un punto di ritrovo per tutto il quartiere. Oggi è gestita da un team giovane che, senza tradire la tradizione del locale, cerca nuove strade. Pochi tavolini che danno su strada, il tram che ti passa davanti non dà fastidio, ti

ricorda solo che sei proprio a Milano. Per l'aperitivo, niente mixology troppo complessa. La Pasticceria Clivati propone un'ampia selezione di vini, di birre, di cocktail, anche a base di **Vermouth**, di cui c'è un'ampia scelta. In accompagnamento, degustazione di stuzzichini very '70s come mandorle salate, olive, salatini, pizzette di sfoglia e la pasticceria salata. Il tocco di contemporaneità è la proposta dei pasticcini tradizionali in versione salata: il cannoncino alla milanese, il bigné carbonara, il cannoncino cacio e pepe, il muffin al nero di seppia, il babà in saor, il maritozzo alla caponata. I prezzi variano dai 10 ai 12 EUR. Pasticceria Clivati. Via Coni Zugna, 57. Milano. Tel. +39028322591. Facebook 12. Aperitivo all'aperto a Milano: Four Seasons Milano La zona "posh", il quadrilatero della moda, dietro la via delle boutique, accoglie l'intramontabile Four Seasons Hotel. Forse non viene in mente di venire proprio qui a fare un aperitivo, eppure il giardino merita una sosta così come un buon cocktail. Luogo classico, elegante, internazionale e milanese al tempo stesso. Non chiedete la formula aperitivo, ma scegliete un drink in carta. Magari un Passion Spritz o

un Tap Negroni e fatevi portare la carta del food a parte. Prezzi: dai 22 EUR in su. Four Seasons Milano. Via Gesù, 6. Milano. Tel. +390277088. Facebook L'aperitivo a Milano è un rito e in estate non può che essere consumato all'aperto nei migliori dehors o sulle terrazze dei locali in città

Di Alessandra Fenyves Ho una lunga e bellissima esperienza come headhunter nei settori moda, ristorazione e hotellerie Scrivo con passione di food, drink e lifestyle selezionando storie e prodotti che mi intrigano

Visualizza tutti gli articoli di Alessandra Fenyves.

Risotto Carnaroli con alici, finocchietto e pistacchio di Bronte

Massimo Mantarro
Ristorante Principe Cerami
del San Domenico Palace,
Four Seasons Hotel
- Taormina

PREPARAZIONE: 20 MINUTI
TEMPO TOTALE: 35 MINUTI
DOSI PER: 2 PERSONE

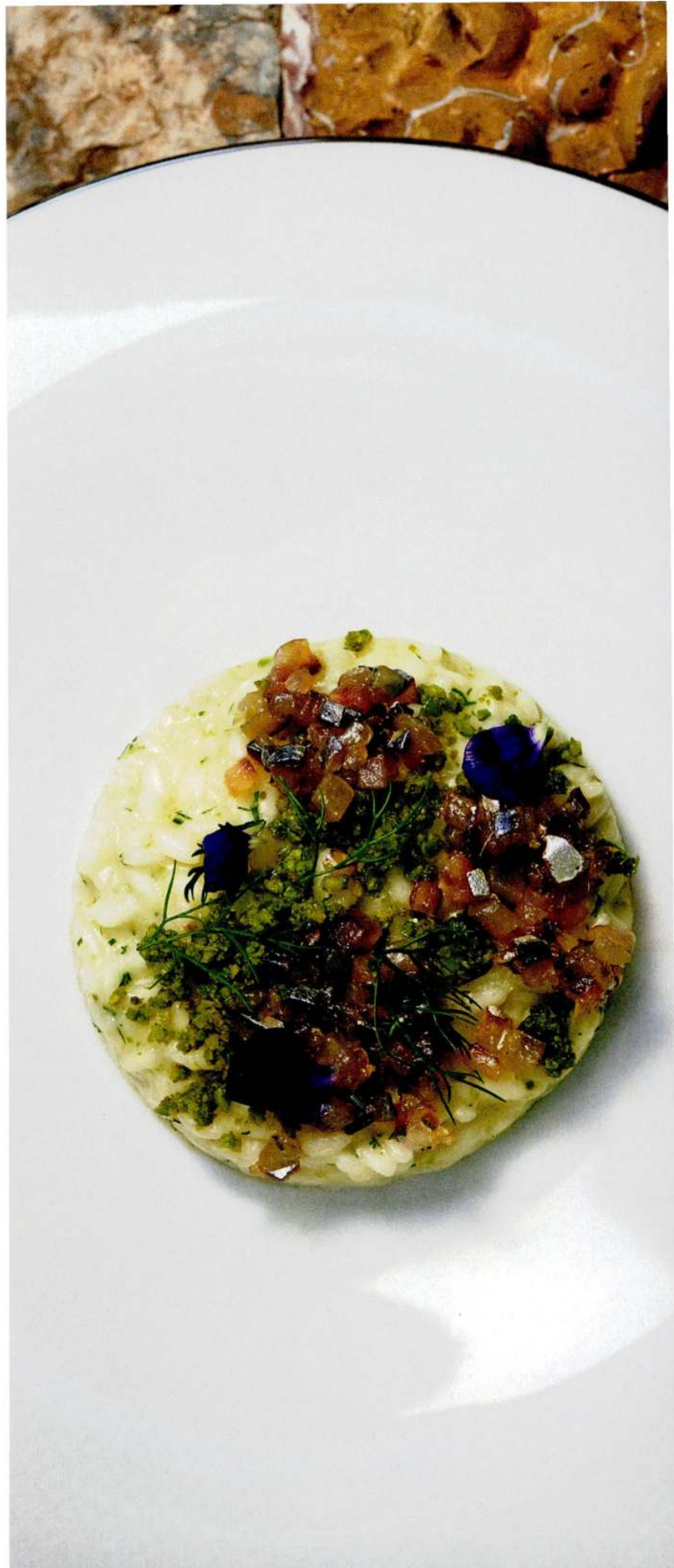
PER IL RISOTTO

- Olio extravergine di oliva, q.b.
- 10 g di cipollotto, tritato
- 2 spicchi di aglio
- Brodo vegetale, q.b., in più volte
- 160 g di riso Carnaroli Riserva
- Vino bianco, q.b.
- Sale, q.b., in più volte
- Zucchero, q.b., in più volte
- 40 g di burro salato di Normandia
- 20 g di Parmigiano Reggiano Vacche Rosse, grattugiato
- 20 g di Ragusano Dop, grattugiato
- Aceto di vino bianco Grillo, q.b.
- 10 g di finocchietto selvatico, tritato
- 60 g di granella di pistacchio di Bronte, in più volte
- 30 g di pesto di pistacchio di Bronte

PER LE ALICI

- 40 g di alici
- Sale, q.b.
- Zucchero, q.b.
- Olio extravergine di oliva, q.b.
- 10 g di finocchietto selvatico, tritato
- Scorza di limone, q.b., grattugiata

- 1. Preparate il risotto:** soffriggete il cipollotto insieme agli spicchi di aglio sbucciati in una casseruola con un filo d'olio extravergine di oliva. Bagnate con poco brodo vegetale e lasciate stufare finché il soffritto non risulta appassito.
- 2. Aggiungete il riso** nella casseruola, attendete che prenda calore e sfumate con il vino bianco, lasciando che evapori completamente. Aggiungete altro brodo vegetale, regolate di sale e zucchero e continuate la cottura bagnando il riso poco alla volta.
- 3. Preparate le alici:** marinatetele in una miscela di sale e zucchero in uguale misura, mentre il riso arriva a cottura. Lasciatele riposare per 5 minuti. Sciacquate le alici e tagliate i filetti a brunoise. Condite i filetti con olio extravergine di oliva, 10 g di finocchietto tritato e la scorza di limone grattugiata.
- 4. Quando il riso** sarà quasi arrivato a cottura, in circa 14 minuti, mantecatelo fuori dal fuoco con una noce di burro di Normandia, il Parmigiano Reggiano e il Ragusano Dop grattugiati. Terminare il risotto con un goccio di aceto di vino bianco Grillo, incorporate 10 g di finocchietto tritato e la granella di pistacchio di Bronte.
- 5. Al centro di un piatto piano** formate due quenelle di pesto di pistacchio e adagiatevi sopra il risotto. Guarnite con la granella di pistacchio e la brunoise di alici marinate.



La Sicilia di Mantarro

Un viaggio rassicurante e centrato sul gusto.

Quando si parla di fine dining siciliano, di grandi maestri e ambasciatori dei sapori di Trinacria, si fanno spesso, e a ragione, i nomi di Pino Cuttaia e Ciccio Sultano. I loro ristoranti, con le relative stelle, hanno trasformato il volto gastronomico dell'isola e raggiunto oggi città lontane, da Roma a Vienna passando per Milano. Ma accanto a loro può affiancarsi senza remore un altro grande, schivo e riservato, infaticabile lavoratore non particolarmente appassionato di media: Massimo Mantarro.

Nato all'ombra della "Muntagna", etneo fino al midollo, Massimo vanta un curriculum interessantissimo, che parte da Taormina, passa per il Don Alfonso a Sant'Agata sui Due Golfi e il Cambio di Torino, il mitico Mulinazzo di Villafrati e il Duomo di Ragusa, per tornare a Taormina. Il suo è un percorso di gavetta prima e di mestiere poi, fatto di imprese titaniche, come quella di curare il food&beverage di uno degli alberghi più affascinanti al mondo: il San Domenico di Taormina. Storico e meraviglioso ex convento affacciato sul mare, set di pellicole di successo e oggetto di citazioni letterarie, il San Domenico è rinato, gastronomicamente parlando, grazie a Mantarro. È stato lui, ben prima della ristrutturazione, a prendersi cura del Principe Cerami — così si chiama il ristorante — e a trasformarlo in qualcosa'altro. Il resto lo ha fatto Four Seasons, con un investimento fra i più importanti nella storia recente dell'hôtellerie europea, e più di due anni di lavori. Oggi il convento è diventato una meta turistica in sé, ambita quanto la città stessa che lo ospita, dotato di comfort modernissimi incastonati come gemme fra gli antichi saloni, le terrazze e il chiostro. Inevitabile che una cornice

come questa debba poter parlare di territorio: i prodotti, gli allestimenti, i sapori valorizzati sono quelli siciliani più schietti, dal dolce al salato, dallo sfincione alla cassata, passando per i migliori extravergine, formaggi e mandorle. Ma la Sicilia è un continente gastronomico che sta conquistando il mondo e qui ci limitiamo a citare solo qualche elemento di una proposta che, a partire dalla prima colazione (definizione riduttiva), spazia giornalmente fra mare e montagna e propone tante diverse sfumature.

Ma sedersi al nuovo Principe Cerami significa iniziare un viaggio diverso e molto particolare, in cui la sapienza del cuoco di mestiere si incrocia con una scelta molto precisa relativa ai sapori di cui sopra. Lo si comprende a partire dalla cura dell'ospite, in una delle sale più piacevoli d'Italia, in cui ci si sente a proprio agio fin da subito, in barba ai blasoni e all'importanza del menu. Il servizio danza con garbo, è sempre attento e non si fa mai sentire. La cucina, invece, è focalizzata su una centratura di gusto che vuole e deve far comprendere a chi è a Taormina dove è arrivato. Non c'è nulla, al Cerami, che ricordi la classicità di maniera. Ci sono, sì, elementi rassicuranti, come nel risotto alici, finocchietto e pistacchio: sono il riso stesso, il Parmigiano e il burro di Normandia. Fanno da architrave alle sottolineature locali, il pesce, gli aromi erbacei e le sfaccettature sapide del frutto di Bronte. Che diventano al palato un perimetro chiaro e inconfondibile per come vengono utilizzati. Sono di fatto la firma di un cuoco che della Sicilia conosce praticamente tutto e che ai suoi ospiti vuole trasmettere sincerità e concretezza. Senza troppi giri di parole e, soprattutto, senza inutili formalismi. - MARCO BOLASCO



*Massimo Mantarro,
chef del Ristorante
Principe Cerami del
San Domenico Palace,
Four Seasons Hotel,
Taormina.*

MANDARIN GARDEN
DEL MANDARIN ORIENTAL
Milano

Pandan Flower

Casamigos mezcal, Chartreuse verde, sciroppo di pandan e succo di lime

BAR GABBIANO
DEL BELMOND HOTEL
CIPRIANI
Venezia

Buonanotte

Vodka Belvedere, succo di lime, buccia di cetriolo, zenzero, zucchero di canna, Angostura Bitter e succo di mirtillo

BAR ALL'APERTO
DELL'HOTEL
IL PELLICANO
Porto Ercole (GR)

Issimo

Porto bianco aromatizzato con rosmarino, purea fresca di pesche bianche e Chambord

ACQUAROOF TERRAZZA
MOLINARI DELL'HOTEL
THE FIRST ARTE
Roma

Pachamama

Pisco alla Curcuma, liquore ai fiori di sambuco, cordial alla carota, lime e albume

IGIEA TERRAZZA BAR
DEL VILLA IGIEA
Palermo

Donna Franca

Gin, sciroppo di albicocche secche, limone, Champagne, spuma alla ciliegia



MIO LAB BAR
DEL PARK HYATT MILANO
Milano

East West

Sake, grappa bianca, lime, acero, basilico

ATRIUM BAR
DEL FOUR SEASONS
HOTEL FIRENZE
Firenze

Vintage Negroni

Bombay Sapphire gin, Mancino Vermouth Amaranto, Bitter Martini Riserva e Arancia Lunae

W LOUNGE
DEL W ROME
Roma

When in Rome

The Aperitivo, Italicus, Bellavista e tonica al sambuco

DRY MARTINI
DI THE MAJESTIC PALACE
HOTEL SORRENTO
Sant'Agnello (NA)

Sakura Martini

Gin Roku, Vermouth Mancino Sakura, liquore Lychee, sciroppo di ciliegia nera, Green Cardamom

SIGNUM BAR
DELL'HOTEL SIGNUM
Salina (ME)

Bloody Mary Eoliano

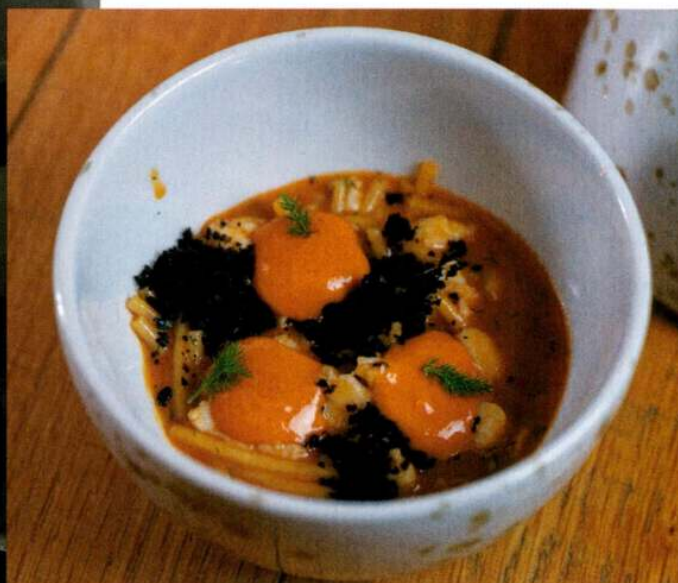
Homemade Vodka al capperone e finocchietto, centrifuga di pomodoro, condimenti

Un drink in hotel

I migliori bar d'albergo
e i signature cocktail da ordinare.



Dall'alto. Un drink del Mandarin Garden, Milano; l'Igíea Terrazza Bar di Villa Igíea, Palermo; l'Atrium Bar del Four Seasons Hotel Firenze.



Nicola Annunziata, chef del Pietramare del Praia Art Resort di Capo Rizzuto al pass del ristorante; il suo Noi di Calabria: uno spaghetti spezzato risottato in zuppa di pesce.

propone una cucina bistronomica e dall'impronta etico-sostenibile. Mentre a ridosso delle bianche spiagge della costa est, sulle colline del bel borgo di San Pantaleo, al boutique hotel Petra Segreta Resort & Spa – unico Relais & Châteaux della Sardegna – l'executive chef e patron Luigi Bergeretto è affiancato dal collezionista di stelle Enrico Bartolini per la creazione dei nuovi menu della struttura. A cominciare da quello de Il Fuoco Sacro, ristorante gourmet la cui cucina attinge soprattutto da Stazzo Malcusa, fattoria biologica di proprietà poco distante dall'hotel: nascono così proposte come la Melanzana al pomodoro (di cui trovate la ricetta a pag. 87), la Tartara di bue rosso con curry, mandorle e caviale, la Zuppa di aragosta fresca locale, da godersi assieme alla vista su La Maddalena.

A Praialonga (nei pressi dell'Isola di Capo Rizzuto, in provincia di Crotona, dove c'è la Riserva Marina più grande d'Italia) è invece approdato nel 2020

lo chef campano Nicola Annunziata. Dopo aver lavorato a Il Vistamare Restaurant di Latina – prima come sous chef di Rocco de Santis e poi come responsabile di cucina, confermandone la stella – guida la brigata del Pietramare Natural Food,

ristorante gourmet (e stellato) del Praia Art Resort, albergo diffuso 5 stelle della famiglia Vrenna. Insieme ad Annunziata – e alla sua brigata di dodici persone – ci sono l'architetto, gourmand e cuoco Raffaele Vitale (già artefice del locale campano Casa del Nonno 13, al Pietramare in veste di consulente e "direttore creativo") e il botanico Carmine Lupia. Alla base della cucina identitaria e contemporanea di Annunziata ci

sono infatti l'attenzione al territorio e alla sua biodiversità e l'attività di foraging. Un esempio? Noi di Calabria: spaghetti spezzati in una zuppa di pesci di scoglio dello Ionio con pesto rosso (pomodoro e peperone essiccati, Parmigiano, basilico e mandorle) e polvere di olive nere.

NUOVE APERTURE E PROGETTI INEDITI ANCHE IN CALABRIA, SICILIA E SARDEGNA

Maradona avvistato tra la folla prima a Wembley e poi a La Plata: social impazziti

Se Diego ci appare anche da morto

Ci si abitua a tutto, ma non all'estinzione corporale dei miti

di Giancarlo Dotto

Non si smentisce l'ingordigia divina del Pibe. Non pago di esserci apparso da vivo una quantità di volte, Diego si è ingegnato ad apparirci anche da morto. Magnifica allucinazione la prima nel contesto di folle e palloni deliranti, decisamente più inquietante la seconda. Siamo in ogni caso nella sconfinata fantasmagoria senza tempo e senza cancelli di Pibelandia. Il fantasma di Diego si è palesato l'ultima volta venerdì scorso nello stadio de La Plata, per una volta adibito nella riedizione della grotta di Lourdes. L'occasione, il match tra il Gimnasia, l'ultimo club da lui allenato dal 2019 fino alla sua morte, e il Patronato. Lui, Diego, abilmente mescolato in tri-

buna tra la folla. Ma beccato dal cecchino che non crede ai suoi occhi e per questo lo fotografa. Lo spettro intercettato e postato su Twitter dall'account privato della Bernadette di turno, e tutti a gridare al miracolo.

Social in fiamme, ustioni di primo grado. «Incredibile somiglianza!». Atti di fede a buon mercato. «Io ho scelto di crederci, è lui, Diego, in realtà non se n'è mai andato». Qualche giorno prima sui gradoni di Wembley, stessa solfa, stesso abbaglio o miraggio, nella Finalissima tra Argentina e Italia. Diego tra la folla. Si sprecano le apparizioni celesti segnalate qua e là, quella recente sul cielo di Paraná, notte di luna piena, Diego di spalle con la maglia numero 10 che volteggiava tra le nuvo-

le. Che sia davvero lo zombi redivivo di Maradona o un banale caso di coincidenza somatica aiutato da una sbornia di Fernandito, il cocktail argentino a base di Fernet, sta di fatto che la voglia di Diego, chiamatela nostalgia, chiamatela mancanza, ancora di più privazione, non demorde. Alla faccia di tutti i senza Dio davvero convinti che Diego Armando Maradona si sia rapidamente decomposto nel cimitero di Jardín Bella Vista, sulla collina di casa sua, non lontano dai suoi amati genitori. Finalmente fuori da quella macabra lotteria che era diven-

tata la sua esistenza.

Da quel giorno, 25 novembre 2020, in cui lo stupore è stato più forte del dolore, più forte del lutto e di tutto. Ci si abitua a tutto, ma non all'estinzione corporale dei miti. Che i miti abbiano, cioè, un deperibile corpo. l'altra ipotesi, più suggestiva, è che queste apparizioni siano come i camei di quell'altro genio di Alfred Hitchcock, spiritose incursioni nel mucchio degli umani, per farsi beffe di loro. In questo caso, varrebbe il concetto inverso, saremmo noi quelli apparsi a Maradona, parafrasando un celebre visio-

nario di Campi Salentina, la cui mania era quella di essere apparso alla Madonna. Non si esclude nemmeno che tutto questo rosario di visioni, tutta questa ridondanza di preghiere fino a un certo punto laiche al cospetto di Diego, della sua mano ma anche del suo piede de dios, peraltro scansionato in 3D e reso immortale, da vivo, ma che importa, non siano che passaggi progressivi della beatificazione di Diego. Che avrà il suo culmine il giorno in cui apparirà là dove è nato e non è mai morto, in un campo di calcio. Magari fuoriuscendo da qualche buca stadio a lui titolato con una cetra in mano, e cantando come un usignolo «Donde estara mi primavera».

©RIPRODUZIONE RISERVATA



L'avvistamento di Maradona alla gara del Gimnasia La Plata

