blog.ilgiornale.it/gentedispirito

Gente di Spirito

Gin o scherzetto? La notte dei drink «All Black»

Dolcetto o cicchetto? Arriva la notte di zucche, streghe orrendi prodotti dolciari di dubbia qualità che metteranno le fondamenta delle carie di domani nei bambini di oggi. Noi che bambini non siamo più dobbiamo accontentarci, e dunque invece delle caramelle ci dedichiamo ai cocktail. Ovviamente paurosamente dark.

La Gente di Spirito (oggi inteso anche come fantasma, non solo come distillato) sceglie per Halloween un gin unico: Scapegrace Black, prodotto in Nuova Zelanda e distribuito in Italia da Meregalli. Un gin *All Black*, come la nazionale di rugby, perché proprio tutto nero, anche se in realtà è più di un color inchiostro, fra il viola scurissimo e l'indaco. Come si ottiene la colorazione? Grazie ad estratti naturali di bacche di aronia, ananas, zafferano e fiori di «pisello farfalla». Ma non è tutto, perché quando lo si versa nel bicchiere col ghiaccio, il gin si fa violaceo e poi - con l'aggiunta dell'acqua tonica - di un bel purpureo vivo. Se non è stregoneria questa...

Al di là dell'indubbio effetto scenico (e non solo stanotte), vale la pena parlare anche del profilo organolettico: di cosa sa Scapegrace Black? Beh, sicuramente di frutti neri, soprattutto caramelle all'uva e more, con un tocco di fragola, fiori e pompelmo. Il ginepro emerge con calma e si fa più deciso in bocca, dopo un attacco ancora dolce. Il palato è «croccante», fresco, per nulla tradizionale e speziatino. Un gin eccentrico e unico, che nel Gin & Tonic regna incontrastato. L'oscurità non è mai stata così piacevole.

Black è la terza espressione di Scapegrace («scapestrato», in inglese) dopo Dry e Gold. Il marchio, nato nel 2014, ha fatto incetta di medaglie. La ricetta del gin base prevede 12 botaniche da tutto il mondo (il Gold ha anche il mandarino ed è a 57%) e soprattutto l'acqua purissima delle Alpi Meridionali neozelandesi. Tenetevi i dolcetti, lasciateci i *ginnetti*.

Scapegrace Black gin, 41.6%, 56 euro

FUTURE

GIANCARLO ANERI

«Con il mio vino aiuto la gente a sentire meno la maledetta paura»

L'imprenditore è ottimista, «quando tutto sarà finito apprezzeremo di più il concreto e meno le apparenze»

BRINDISI MONDIALE
A destra, Giancarlo Aneri, titolare dell'omonima azienda a conduzione famigliare (con lui lavorano moglie e figli)
Qui sopra, uno dei vigneti nei quali si produce il vino Aneri con il quale hanno brindato presidenti e capi di Stato di tutto il mondo
Aneri è considerato da molti il principe del marketing. Il suo percorso si può considerare un «case history» da università

Il PRESIDENTE BRAZZALE

«Ci salveremo solo con vedute aperte I confini? Sono cose da piccoli uomini»

A sette anni dalla nascita, Gran Moravia, è l'alternativa a Dop Grana Padano e Parmigiano Reggiano

UNO DI FAMIGLIA
L'avvocato Roberto Brazzale (nell'immagine a destra) è il presidente di un'azienda che, pur essendo familiare, lavora in tutto il mondo. Con i fratelli Gian Battista e Piercristiano gestisce infatti sette differenti marchi nel campo del food italiano:
Alpilatte, Burro Superiore F.lli Brazzale, Burro delle Alpi, Verena, Zogi, Gran Moravia e Ouro Branco Silvipastoril

VkVSIyMjMDAwMDAtMDAwMC0wMDAwLTAwMDAtMDAwMDAwMDAwMDAwIyMjMDAwMDAtMDAwMC0wMDAwLTAwMDAtMDAwMDAwMDAwIyMjMjAyMC0xMC0zMVQxNTozMjo0NSMjI1ZFUg==