

OROBORO

STAGIONE 5

IL MAGAZINE DI
COMPAGNIA DEI CARAIBI

SCOPRI
LE NOSTRE
DRINKLIST



IL MONDO NUOVO RICHIEDE PENSIERO NUOVO, PROFUMATO,
FRAGRANTE, FRESCO E DUTTILE.

IL CONSERVARE UNA QUALUNQUE COSA SENZA TRASFORMARLA, RENDERLA VIVA,
ATTIMO DOPO ATTIMO, SIGNIFICA MORIRE ALL'INTERNO DI QUELLA.

È LA CREATIVITÀ CHE CI RENDE LIBERI, LÀ DOVE OGNI GESTO DIVIENE UNA DANZA.

È SOLO UN MECCANISMO DI ABITUDINE, E DI SOCIETÀ DI MASCHERE,
QUELLO CHE CI DÀ L'ILLUSIONE DI ESSERE DIVISI DENTRO DI NOI E DENTRO IL MONDO.

NELLA REALTÀ PROFONDA DELLA VITA NOI SIAMO L'UNO, LA GOCCIA E IL MARE.

PER CRESCERE OCCORRE CHE COLTIVIAMO LA CAPACITÀ DI INVENTARE, DI SCOPRIRE,
DI DILATARE LE QUALITÀ DEL PENSIERO, E, DI CONSEGUENZA,
FARE IN MODO CHE LA NOSTRA OPERA SIA UNA CONDIZIONE APERTA E NON INVOLUTA,
SAPENDO CHE IL FUTURO PUÒ ESSERE CAMBIATO SOLO NEL PRESENTE.

INSIEME AI NOSTRI AMICI VOGLIAMO AVERE LA MENTE APERTA
COME TUTTI I GRANDI SOGNATORI, I GRANDI SCIENZIATI, QUELLI CHE HANNO FATTO SCOPERTE;
VOGLIAMO ESSERE TRA QUELLI CHE HANNO MIGLIORATO IL MONDO INTORNO A LORO.

IL SOGNO SI REALIZZA PENSANDO IN GRANDE E AGENDO NEL PICCOLO:
OGNUNO DI NOI, OGNI GIORNO,
PUÒ RISCOPRIRSI NELLA FANTASTICA CONSAPEVOLE MERAVIGLIA DI ESSERCI,
DI POTER INCIDERE LA PROPRIA POESIA NELLA REALTÀ QUOTIDIANA,
TESSENDO IL PROPRIO ROMANZO DI VITA, FINO A DIVENTARE IL PROPRIO EDITORE.



OROBORO È IL MAGAZINE DI COMPAGNIA DEI CARAIBI:

UNO STRUMENTO COMMERCIALE E NARRATIVO

CHE UNISCE LA FUNZIONE DI CATALOGO

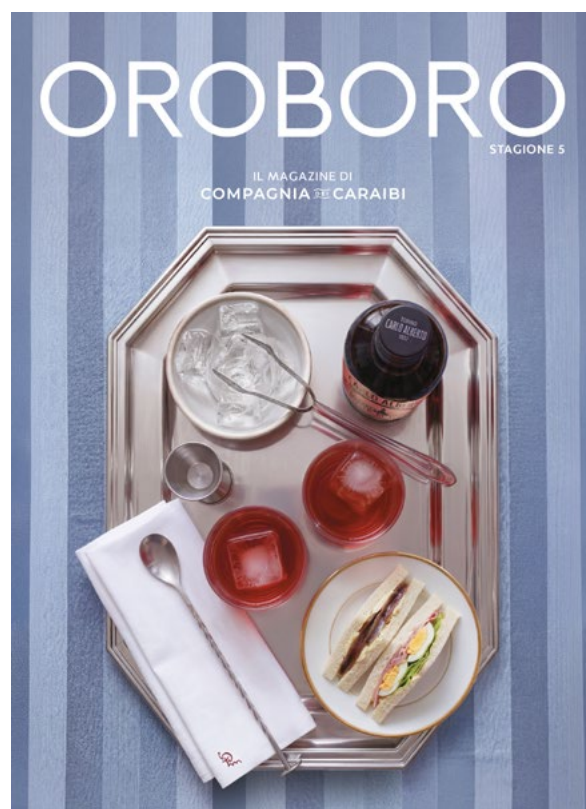
A QUELLA DI VEICOLO DI CULTURA.

CON DUE USCITE ANNUALI - IN PRIMAVERA E IN AUTUNNO -

RACCONTA STAGIONI, MOMENTI DI CONSUMO, BRAND E PRODOTTI

CON UN APPROCCIO INNOVATIVO E MULTICANALE,

RIVOLGENDOSI SIA AI PROFESSIONISTI DEL SETTORE CHE AGLI APPASSIONATI.



[CLICCA SUL QR CODE PER SFOGLIARE E SCARICARE LE PRECEDENTI STAGIONI](#)



CLICCA E
ASCOLTA
L'ARTICOLO



IGUANA | EDELBERTO BARACCO

PRESIDENT & CEO COMPAGNIA DEI CARAIBI

S e negli ultimi anni abbiamo raccontato il ritorno alla semplicità e alla consapevolezza del gesto del bere, oggi osserviamo una trasformazione ancora più profonda: il cambiamento non riguarda soltanto ciò che si beve, ma soprattutto dove, quando e con chi si sceglie di farlo.

Dopo la lunga stagione dell'espansione e della spettacolarizzazione che ha segnato il decennio passato, il mondo del beverage entra in una fase più matura, in cui l'attenzione si sposta verso il significato delle scelte e il valore umano e culturale dell'esperienza.

Al centro della bevuta contemporanea torna così il luogo. Non semplicemente uno spazio di consumo, ma un contesto capace di generare convivialità, alleggerire il peso delle urgenze quotidiane e restituire tempo alla relazione.

Il bere ritrova senso quando diventa occasione di incontro, pausa consapevole, momento condiviso in cui il ritmo della giornata rallenta e lascia spazio alla presenza.

È proprio questo spazio di convivialità che siamo chiamati a rendere sano, autentico e qualitativo.

Perché la qualità non nasce soltanto nel bicchiere, ma nella nostra capacità di portare al mercato prodotti che abbiano significato, che esprimano valori, che rappresentino eccellenze e identità precise.

Non una semplice massificazione dell'offerta, ma una selezione capace di raccontare territori, persone, storie produttive e visioni culturali.

In questo scenario il nostro ruolo diventa quello di accompagnare il consumo verso una dimensione sempre più identitaria, dove il bere torna a essere un gesto essenziale ma capace di parlare un linguaggio contemporaneo.

Non un ritorno nostalgico al passato, ma una nuova forma di consapevolezza: più vicina alle esigenze reali delle comunità e dei luoghi in cui il consumo prende forma.

Accanto alle tradizionali categorie merceologiche emerge oggi un modo diverso di costruire gli assortimenti: una lettura che considera occasioni, contesti, fasce orarie e sensibilità dei pubblici.

È un cambio di prospettiva che permette di interpretare con maggiore precisione l'evoluzione delle abitudini e di proporre scelte coerenti, leggibili e riconoscibili.

Anche i luoghi del bere stanno cambiando profondamente. Cresce il valore del bar giornaliero, del bar diurno, di quegli spazi trasversali che accompagnano i diversi momenti della giornata e in cui la qualità entra con naturalezza nella quotidianità.

Colazioni che si allungano verso il pranzo, caffetterie evolute, gastronomie contemporanee, format ibridi e luoghi informali di quartiere diventano sempre più spesso i nuovi centri della convivialità urbana.

Parallelamente, la qualità esce dai contesti canonici per abitare periferie, quartieri popolari e spazi accessibili, dimostrando che cultura del prodotto e inclusività possono procedere insieme.

È in questi territori che il bere contemporaneo trova una delle sue espressioni più autentiche: capace di parlare linguaggi nuovi senza perdere profondità.

Accanto alla mixology più strutturata si rafforza inoltre una rinnovata attenzione per una bevuta essenziale e leggibile.

L'highball, nella sua apparente semplicità, rappresenta bene questo tempo: equilibrio, precisione tecnica, centralità della materia prima e capacità di raccontare molto attraverso pochi elementi. Un gesto accessibile, ma mai banale.

Resta centrale, in tutto questo, il valore degli ingredienti, della stagionalità e della verità delle produzioni.

È da qui che nasce la possibilità di costruire esperienze credibili e durature, capaci di dialogare con un pubblico sempre più informato e attento.

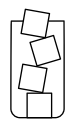
Il nostro compito oggi è allora riaccompagnare il consumatore a una nuova meditazione del bere: riscoprire il valore della pausa, della convivialità e della scelta consapevole.

Fare in modo che ogni momento condiviso possa essere interpretato da una qualità semplice ma profonda, immediata ma mai superficiale, accessibile ma sempre autentica.



COME LEGGERE OROBORO MAGAZINE

legenda



MISCELAZIONE

Prodotti indicati per l'impiego in miscelazione, ideali come base per cocktail classici o contemporanei.



BEVUTA LISCIA

Prodotti pensati per la degustazione in purezza, valorizzati al meglio senza aggiunte.



ASCOLTA

Articolo disponibile anche in formato audio sul canale Spotify.



BEST SELLER I PRODOTTI PIÙ VENDUTI

NEW NOVITÀ A CATALOGO

RISERVA CARLO ALBERTO RED DESCRIZIONE
VERMOUTH PRODOTTO E TIPICITÀ
VER08029 CODICE



Clicca su ciascun prodotto presente in questo magazine e accedi direttamente a **Oroboro.it**, la piattaforma e-commerce di Compagnia dei Caraibi dedicata a clienti e professionisti del settore.

L'ESPERIENZA D'ACQUISTO DI COMPAGNIA DEI CARAIBI

1 SCOPRI

TUTTI I PRODOTTI DI COMPAGNIA DEI CARAIBI
Dai grandi classici alle ultime novità: l'intera offerta Compagnia dei Caraibi, insieme a un assortimento sempre aggiornato.

2 APPROFONDISCI

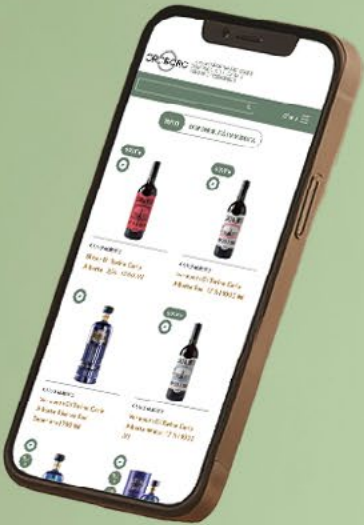
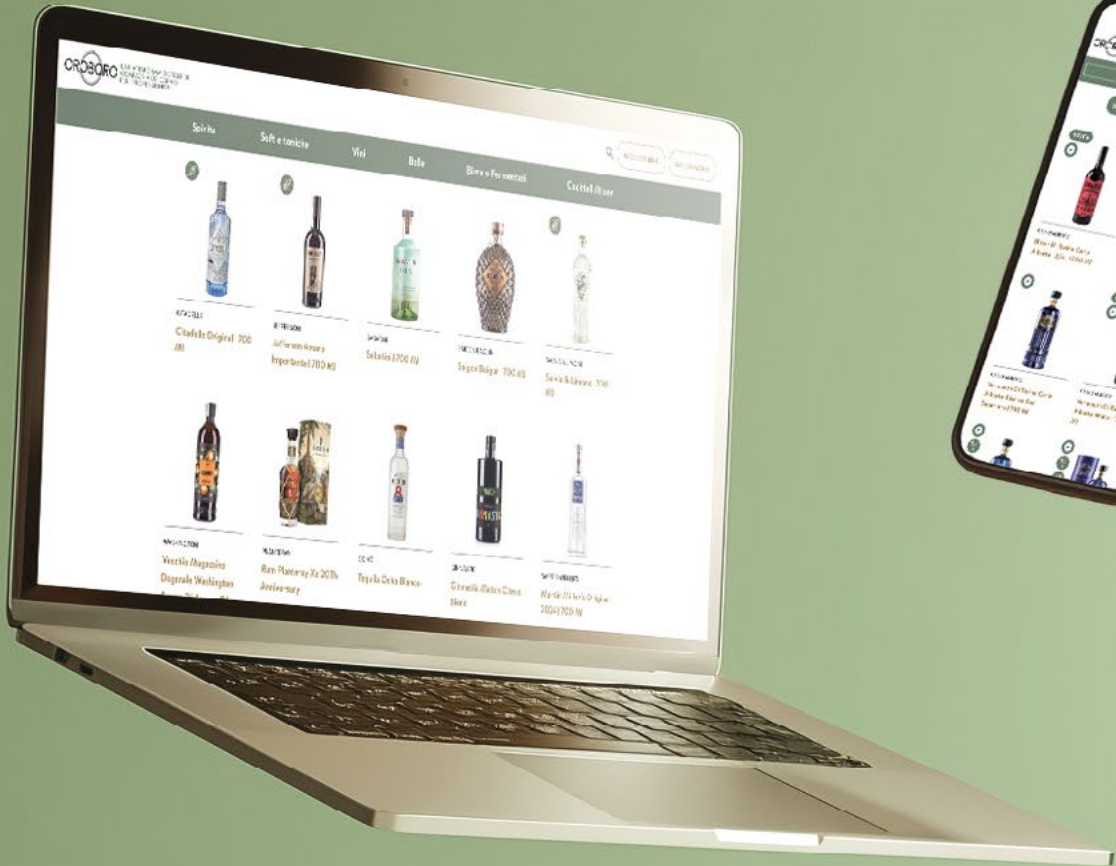
LE INFORMAZIONI COMPLETE A PORTATA DI CLICK

- Schede tecniche
- Immagini scaricabili
- Dettagli sui produttori
- Informazioni

Aggiornate su ogni referenza: tutto a portata di click.

3 ACQUISTA

OVUNQUE E IN QUALSIASI MOMENTO
Ordina quando vuoi, con il supporto di un agente o in autonomia. Non perdere le **promozioni esclusive** e le **offerte riservate** agli acquisti online.



ENTRA NEL MONDO OROBORO.IT SCEGLI IL CANALE PIÙ COMODO PER TE

CONTATTA IL TUO COMMERCIALE DI RIFERIMENTO

RIVOLGITI AL CUSTOMER SERVICE

Un team sempre a disposizione per accompagnarti in ogni fase: dalla scelta del prodotto fino al post-vendita.
e-mail: customerservice@compagniadecaraibi.com
Telefono: chiama lo (+39) 0125 791104 e segui le istruzioni vocali
WhatsApp: scrivici al (+39) 344 1511464 (lun-ven, 9:00-13:00 / 14:00-17:00)

ISCRIVITI ALLA NOSTRA NEWSLETTER

Resta aggiornato su novità, storie e promozioni esclusive.



CLICCA SUL QR CODE ACCEDI ALLE CONDIZIONI DI VENDITA
Il porto franco è garantito (spese di trasporto interamente a carico di Compagnia dei Caraibi) per ordini che includono almeno: un box da 6 di prodotti delle categorie vino, distillati e spirits anche misto oppure due box di prodotti delle categorie sodati e/o birre.



pag. 14

L'ANIMA DI TORINO IN UN BICCHIERE
CARLO ALBERTO TRA RADICI
E CONTEMPORANEITÀ



pag. 46

VILLA MASSA
IL LIMONCELLO PREMIUM IGP
CHE NON SI STOCCA



pag. 66

UNDERBERG
180 ANNI DI UN CULTO
IN MINITURA



pag. 76

SHOCHU O SOJU
I DISTILLATI ASIATICI CHE
CONQUISTANO I MERCATI GLOBALI



pag. 80

TOGOUCHI
IL WHISKY
DELL'ASCOLTO

EDITORIALE

di Iguana - Edelberto Baracco pag. 03

HIGHBALL (E DELLA SEMPLICITÀ)

CIÒ CHE IL MERCATO CHIEDE: SEMPLICITÀ, BASSA GRADAZIONE E SGUARDO A ORIENTE.

LE NOSTRE PROPOSTE DI COCKTAIL di Emanuele Russo

DRINK LIST	pag. 08
ASIAN STYLE	pag. 10
ANALCOLICI	pag. 12

LUOGHI

RITORNO AL PASSATO CON UNA CONSAPEVOLEZZA DIFFERENTE: NUOVI LUOGHI E MOMENTI DI CONSUMO.

IL BAR CHE TI GUARDA NEGLI OCCHI

di Stefano Nincevich..... pag. 16

IL LESSICO DEL LUSSO

di Penelope Vaglini pag. 54

10AM MORNING CLUB

Intervista a Tommi Chiogna pag. 64

BRUNCH E PIATTINI

Intervista a Cesare Murzilli pag. 68

MATERIA

COME VALORIZZARE AL MEGLIO PRODOTTI E MATERIE PRIME: COSA, COME E DOVE.

STRATEGIA DIETRO IL BANCONE

di Patrick Piazza pag. 30

IL SOLVENTE COME GRAMMATICA DEL DRINK

di Matteo Fornaro e Noemi Dell'Agnello pag. 38

LA STAGIONE PIÙ FRESCA NEL PIATTO E NEL BICCHIERE

Intervista a Matteo Monfrinotti pag. 42

VALORE A TUTTI I COSTI

di Diego Melorio pag. 48

LE COLLEZIONI

LINEA	pag. 24
INDISPENSABILI	pag. 34
BOTTIGLIERA	pag. 50
LUXURY.....	pag. 60
ITALIA	pag. 72
ORIENTE	pag. 82
LATINO	pag. 88
ELEMENTO INDIGENO	pag. 94

SOMMARIO

DI
EMANUELE RUSSO

LA NOSTRA

DRINKlist

Nel panorama della miscelazione contemporanea, questa drink list nasce da un'idea chiara: valorizzare la materia prima nella sua espressione più autentica, seguendo la stagionalità primaverile-estiva e integrandola con elementi capaci di ampliare profondità ed equilibrio nel bicchiere. Oggi il banco bar interpreta un cambiamento culturale evidente: si beve meno, ma meglio. In questo scenario il low alcol diventa un linguaggio centrale della mixology attuale, rispondendo a un'esigenza concreta di leggerezza, lucidità e benessere senza rinunciare al piacere del drink. È nell'universo Highball che questa visione trova la sua forma più

compiuta: drink slanciati, freschi e dinamici, dove la componente alcolica si integra con eleganza lasciando spazio a bevibilità e precisione. Essenziali nella struttura, ma mai semplici. La stagionalità guida la selezione degli ingredienti (freschi, aromatici, succosi) affiancati da elementi più strutturati capaci di amplificarne le sfumature senza sovraccaricare il palato. La semplicità diventa così una scelta progettuale: pochi ingredienti, massima definizione. Una miscelazione che lavora per sottrazione, costruendo profondità attraverso tecnica e qualità. Una drink list contemporanea, consapevole e immediata, dove freschezza ed equilibrio definiscono una nuova idea di piacere nel bere.



UN GRAN BEL FICO!

Carlo Alberto Bianco
Acqua di Fichi
Orzata
Succo di Lime
Fee Foam Fee Brothers

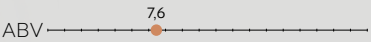
Bicchiere: Coppetta
Garnish: Salvia



STARTER PACK

Carlo Alberto Bitter di Torino
Passion Fruit Real
Ginnastic Soda Grapefruit

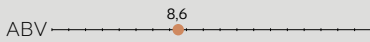
Bicchiere: Highball
No Garnish



ROOIBOS RUMBLE

Bitter Rouge White
MrThree Falernum
Limone al Timo
Rooibos Soda

Bicchiere: Highball
Garnish: Timo fresco



DIFFERENT TIKI

Rum Planteray 3 Stars
Banana Real
Acqua di Peperone
Tintura Jefferson
Limone

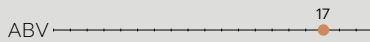
Bicchiere: Tumbler Basso
Garnish: Foglia del peperone



TROPIC HALO

Tequila Vecindad
Mango Finest Call
Dog Nose Cordiale al Peperoncino
Coriandolo
Lime

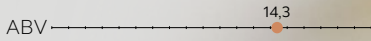
Bicchiere: Tumbler Basso
Garnish: Peperoncino
e Coriandolo



BASILISK

Villa Massa Limoncello
Sherry Fino
Basilico Fresco
Limone

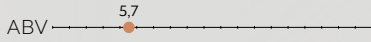
Bicchiere: Tumbler Basso
Garnish: Basilico Cristallizzato



SAGE & SUN

Liquore Salvia & Limone
Pesca Real
Limone
Match Tonic Mediterranean

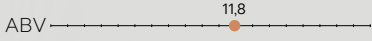
Bicchiere: Highball
Garnish: Menta



FATA MORGANA

Assenzio Asteroid Absinthe
Sciroppo Salty Pear Home Made
Succo di Limone
Match Tonic Indian

Bicchiere: Highball
Garnish: Pera scheletro



GOODMORNING

Saigon Baigur Gin
Lamponi Freschi
Sciroppo d'Acero
Yogurt

Bicchiere: Coppetta
Garnish: Cornflakes



CLICCA SUL QR CODE
SCOPRI TUTTI I NOSTRI
PRODOTTI SU **OROBORO.IT**

LA NOSTRA PROPOSTA *asian style*

Nella mixology contemporanea l'Oriente non è più una suggestione: è una direzione.

Questa drink list nasce dall'esigenza di interpretarne il linguaggio in chiave attuale, tecnica e coerente con il gusto di oggi. La crescente attenzione verso ingredienti asiatici riflette perfettamente le richieste del consumatore contemporaneo: qualità della materia prima, leggerezza, complessità e cultura della fermentazione.

In questo scenario il sake emerge come protagonista naturale: elegante, equilibrato, a bassa gradazione e straordinariamente versatile nella co-

struzione del cocktail. Attorno a lui si sviluppa un sistema di ingredienti dinamico: distillati di riso, fermentati, liquori di frutta e botaniche. Questo sistema introduce nuove texture, acidità e possibilità espressive.

Oggi l'Oriente è entrato stabilmente nel linguaggio signature della miscelazione internazionale. Non è più una tendenza, ma una grammatica contemporanea.

Questa drink list ne offre un'interpretazione diretta e attuale: un'esplorazione liquida coerente con il presente e aperta al futuro del bere miscelato.

TIKI-THAI

Sake Sakari Daiginjo
Cremoso di Cocco, Zafferano e Banana
Lime
Mirin

Bicchiere: Tumbler Basso
Garnish: Vena Cress
e Cocco a Pezzi

ABV
7



TOKIO

Sake Sakari Yuzu
Foglie di Shiso
Sciroppo di Zucchero di Palma
Match Tonic Spicy

Bicchiere: Highball
Garnish: Foglia di Shiso

ABV
3



HYOKA

Whisky Indri
Liquore Sakari Matcha
Succo di limone
Ginger Beer

Bicchiere: Highball
Garnish: Mirto

ABV
12



RINGO NO HANA

Sake Sakari Junmai
Fleur de Sureau Satenay
Succo di Limone
Sidro di Mele Pomologik Hantverkscider

Bicchiere: Highball
Garnish: Fiore Edibile

ABV
9



KAZEHI

Shochu Iichiko
Sakari Kanjuku Umesu
Succo di Uva Bianca
Succo di limone
Sansho Pepper

Bicchiere: Tumbler Basso
Garnish: Chips di Mela
e Santoreggia

ABV
14



CLICCA SUL QR CODE
SCOPRI TUTTI I NOSTRI
PRODOTTI SU **OROBORO.IT**

LA NOSTRA PROPOSTA *analcolica*

La proposta analcolica oggi non è più un'alternativa: è un linguaggio autonomo della mixology contemporanea. Questa drink list nasce con l'obiettivo di superare l'idea del "senza alcol" come sostituzione, per trasformarlo in uno spazio creativo con identità propria. I tre cocktail condividono una base comune, un Gin Zero, ma si sviluppano in direzioni aromatiche completamente differenti. Non si tratta di replicare un Gin & Tonic analcolico, ma di dimostrare la versatilità di questi distillati nel sostenere costruzioni complesse, coerenti e sorprendenti.

Il punto di partenza non è la categoria del prodotto, ma il profilo gustativo: struttura, intensità e sfumature guidano ogni scelta. Un approccio quasi sartoriale, in cui ogni ingrediente dialoga con precisione per amplificare l'identità del drink. Senza l'alcol non esistono scorciatoie: equilibrio e profondità diventano il risultato di tecnica e sensibilità. Il risultato è una proposta che non sostituisce, ma afferma un nuovo modo di bere. Contemporaneo, libero e consapevole.



MERIDIANO ZERO

Citadelle 0.0
Lychee Real
Ginnastic Soda Lemon

Bicchiere: Highball
Garnish: Foglia di limone



MILLER AL MARE

Martin Miller's Zero
Limone
Passion Fruit Fresco
Acqua di Sedano

Bicchiere: Tumbler basso
Garnish: Foglia di sedano



SAPORE D'ESTATE

Sabatini 0.0
Acqua di Cocco
Sciroppo di pomodoro
Aceto di Riso

Bicchiere: Tumbler basso
Garnish: Pomodorino confit

VERDE ATLANTICO

Cachaça Pitù 0.0
Sciroppo di Miele e Pepe Rosa
Succo di Lime
Acqua di Cetriolo

Bicchiere: Highball
Garnish: Nastro di cetriolo



CLICCA SUL QR CODE
SCOPRI TUTTI I NOSTRI
PRODOTTI SU **OROBORO.IT**

L'ANIMA DI TORINO *in un bicchiere*

CARLO ALBERTO TRA RADICI E CONTEMPORANEITÀ

CLICCA E
ASCOLTA
L'ARTICOLO



MARINA
LANZA

Torino ha un suo modo unico di accoglierti. A volte, con un silenzio che sa di eleganza, altre volte, con un profumo - leggero, inatteso - di agrumi e di spezie che arriva dai caffè storici, dai dehors che si affacciano sui portici, dai bicchieri che tintinnano, alle cinque di pomeriggio. È un ritmo preciso, gentile, profondamente italiano. Qui, l'aperitivo non è mai stato un'abitudine: è un gesto, un'identità, un linguaggio che non ha bisogno di parole.

In questo scenario, prende vita la storia di Carlo Alberto, un brand che, oggi, torna a parlare con la voce della sua città: come sua origine geografica e come

lente, attraverso la quale interpreta il mondo. È l'anima che ispira le sue ricette, i suoi colori, le sue nuove etichette: un ritorno autentico alla tradizione, un abbraccio alla cultura del Vermouth di Torino che, da secoli, abita le tavole e i banconi di chi il bere lo fa, lo serve, lo racconta.

Nato a Torino, il **Vermouth** è un protagonista: bevuto, ascoltato, compreso nella sua aristocratica semplicità. Oggi, in un momento storico in cui la miscelazione mondiale sembra aver raggiunto un estremo livello di complessità, il Vermouth continua a essere un porto sicuro. Una bussola.

La sua forza è nella sua formula, creata per il benessere e "per far stare bene" chi lo beve. Gustato semplice, come una volta, **liscio**, a temperatura ambiente o freddo, il **Carlo Alberto**, racconta botaniche, aromi, visioni. E, poi, c'è il **Vermuttino**, ge-

sto sabaudo - tanto spontaneo quanto elegante - che, miscelando Vermouth e soda, espande, in un fruscio di bollicine, una freschezza che non tradisce mai la profondità.

Un bere essenziale, che parla ai professionisti, perché lascia spazio alla creatività e all'interpretazione, senza sovrastrutture: solo verità liquida.

Le nuove etichette di Carlo Alberto incarnano proprio questo spirito, con un ritorno al cuore. Linee classiche, elementi storici, un'estetica che sembra uscita da una libreria torinese del primo Novecento. È un modo per ricordare che il Vermouth di Torino è parte di una memoria condivisa, un prodotto che appartiene a tutti noi, così come un'opera, un edificio, un piatto regionale.

E poi, c'è il nuovo ritorno: il **Bitter di Torino**. Torino, infatti, ha una tradizione antica nella li-

quoristica e nel mondo dell'amaro, il bitter: ricette intense, botaniche alpine, note amaricanti che sanno di erbe e colline. Il **Bitter di Torino**, firmato Carlo Alberto, ritorna per dialogare nell'aperitivo di tutti i giorni, nei luoghi che frequentiamo quotidianamente, il bar, la caffetteria dove la consuetudine e la convivialità si incontrano in modo contemporaneo. È un bitter pensato per essere versatile e fruibile, all'altezza di rappresentare la liquoristica torinese sul palcoscenico internazionale.

Lo trovi nei locali che stanno riscoprendo la **semplicità italiana**: posti dove il menu supera la complessità tecnica, puntando alla personalità dei prodotti. Dove la bevuta si costruisce su tre ingredienti soltanto, lasciando che siano le materie prime a fare il lavoro. Dove un vermutino, ben calibrato, diventa un signature. Dove un bitter equi-

“QUI, L'APERITIVO NON È MAI STATO UN'ABITUDINE: È UN GESTO, UN'IDENTITÀ, UN LINGUAGGIO CHE NON HA BISOGNO DI PAROLE”

BEST SELLER
NEW

CARLO ALBERTO
BITTER DI TORINO
BITTER

BIT08316

BEST SELLER
NEW

CARLO ALBERTO
RED
VERMOUTH

VER08029-01

BEST SELLER
NEW

CARLO ALBERTO
WHITE
VERMOUTH

VER04981-01



librato può essere bevuto solo, semplicemente shakerato o sodato, e permette di realizzare spritz essenziali, ma distintivi, rivisitazioni sobrie dei grandi classici o aperitivi leggeri che valorizzano l'amaro, in tutta la sua eleganza. Sono locali in cui la tradizione è una solida base, dove si rispettano i fondamenti e, da lì, si crea. Ed è proprio questa **la nuova modernità** del bere italiano.

Perché **"bere italiano"**, oggi, è un concetto ampio, culturale, profondamente sociale. Va oltre la scelta di prodotto: è una scelta di identità. Significa dare spazio ai grandi classici della nostra tradizione liquida, con sguardo contemporaneo: dai Vermouth ai Bitter, dagli amari ai vini fortificati. Significa credere in bevute rinfrescanti, a bassa gradazione, valide alternative a un calice di vino o a una birra, come è da

sempre nella tradizione italiana e ancora più torinese.

Bere italiano significa riconoscere bellezza nella semplicità, valore nella misura, eleganza nella scelta giusta. È una filosofia che Carlo Alberto incarna in ogni sua bottiglia: un modo di presentarsi che non dimentica la storia, ma la reinterpretata per parlare al presente. Così, il brand diventa un simbolo della rinascita culturale del bere torinese, un

ponte naturale tra le radici profonde della città e la sensibilità contemporanea dei professionisti del settore.

Torino continua a essere il punto di partenza di questo racconto. Non una cornice, ma un vestito. Le sue vie, i suoi caffè, i suoi professionisti, i suoi bevitori. E dentro ogni bicchiere di Vermouth o Bitter Carlo Alberto c'è tutto questo.

À la santé e buona convivialità. ■



IL BAR CHE TI GUARDA *negli occhi*



DI
**STEFANO
NINCEVICH**

C'è una parola che torna, ogni tanto, come certe persone che non prenotano mai ma arrivano sempre all'ora giusta: newstalgia. Non è nostalgia, non è revival. È qualcosa di più ambiguo, e per questo più interessante. È il passato che si ripresenta, ma con un vestito nuovo. Sta lì, familiare, ma non identico. Ti sembra di conoscerlo, ma non sai bene dove, quando e nemmeno perché. Funziona perché rassicura, ma non annoia.

E soprattutto è vincente perché arriva in un momento preciso. Un momento in cui il consumo non è più leggero come qualche anno fa. È più attento, più selettivo, a tratti persino diffidente. Si esce meno a caso. Si sceglie di più. E quando si entra in un bar, la domanda - anche se non viene detta - è sempre la stessa: perché qui?

In questo scenario, il bar di quartiere smette di essere lo sfondo e torna protagonista. Non come luogo "semplice", ma come luogo chiaro. Che è diverso. Per anni abbiamo costruito bar che sembravano tesi di laurea. Drink che andavano spiegati, menu da leggere in due tempi, racconti di sé stessi più

lunghi della conversazione con l'ospite. Tutto giusto, tutto utile. Ma oggi qualcosa si è spostato. Oggi si cerca altro. Si cerca un posto dove non serve capire tutto subito. Dove il gesto è riconoscibile, il linguaggio è diretto, l'esperienza non è da decifrare ma da vivere. Un posto dove, banalmente, si sta bene. Che è una cosa pericolosa, perché sembra semplice e invece è una delle più difficili da costruire. E qui il bar di quartiere, con tutto il suo bel "quartierismo" che ci sta dentro, torna ad avere un vantaggio naturale. Perché è l'unico format che, per sua natura, mette al centro la relazione. Cuore dell'italianità, dei bar all'italiana, delle vermutterie d'antan. Non quella relazione da

cartolina, ma quella vera: fatta di sguardi, di abitudini, di piccoli rituali che si ripetono. Gli ospiti non sono pubblico. Sono parte del racconto. Tornano, si siedono, riconoscono e vengono riconosciuti. E pagano le bollette, dettaglio che nella poesia spesso sfugge.

C'è un punto che vale più di tutti: un bar funziona quando somiglia ai suoi habitués. Non alle loro stories. A loro. In carne, umore e bicchiere.

Questa centralità della relazione cambia anche il modo di costruire il banco. La bottigliera, per esempio, torna in primo piano. Dopo anni di camouflage, di etichette nascoste, di no-la-

“IL BAR DI QUARTIERE SMETTE DI ESSERE LO SFONDO E TORNA PROTAGONISTA. NON COME LUOGO “SEMPLICE” MA COME LUOGO CHIARO. CHE È DIVERSO”

**FRACK
AMARO SERALE**
LIQUORE
LIQ05456-01

**BEST SELLER
AMARO
MANDRAGOLA**
LIQUORE
LIQ05200

**DOPOLAVORO
ESERCIZIO DA
BERE**
LIQUORE
LIQ06507



VALORIZZA IL TUO *Spritz* E IL TUO *Hugo*

Dai valore anche alla semplicità: uno Spritz o un Hugo non sono solo cocktail, ma esperienze da valorizzare. La scelta di ingredienti distintivi, ricercati e di qualità trasforma ogni sorso in qualcosa di unico, capace di distinguersi e lasciare il segno. Perché anche i cocktail più semplici meritano un tocco di personalità.

**BEST SELLER
SALVIA
& LIMONE**
LIQUORE
LIQ04245-01

**BEST SELLER
SATHENAY FLEUR
DE SUREAU**
LIQUORE
LIQ04666



MANFREDI ANICE
RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07637



BEST SELLER
MANFREDI LIMONE
RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07640



BEST SELLER
MANFREDI LIQUIRIZIA
RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07636



BEST SELLER
MANFREDI AMARO
RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07635



MANFREDI BERGAMOTTO
RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07639



MANFREDI SAMBUCA
RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07638



“UN BAR FUNZIONA QUANDO
SOMIGLIA AI SUOI HABITUÉ.
NON ALLE LORO STORIES.
A LORO. IN CARNE, UMORE
E BICCHIERE”

bel, di minimalismi quasi ascetici, le bottiglie riappaiono. E non per arredamento. Le etichette sono una mappa. Mostrare cosa si versa è un atto culturale. È dire: questo siamo noi. Senza effetti speciali. Senza trucco, o con il trucco giusto, come certi attori che sembrano struccati e invece no. La selezione non deve essere infinita. Deve essere leggibile. Credibile. Poche scelte, ma sensate. Quelle che stanno in piedi anche quando la musica si spegne.

In questo senso, cresce l'attenzione verso prodotti che raccontano qualcosa di vicino. Territorio, stagionalità, filiera. Non per moda, ma per necessità. Meno esotismi da cartolina, più relazione. È quello che potremmo chiamare chilometro liquido: il mercato sotto casa che entra nel bicchiere senza chiedere il passaporto. Il bartender, in questo contesto, cambia

ruolo. Meno prestigiatore, più interprete. Non deve stupire a ogni sorso, ma accompagnare. Far funzionare il secondo drink, che è sempre quello che decide se torni oppure no. Anche il gusto si muove in questa direzione. Meno dolcezza gratuita, più definizione. Acidità misurate, amari eleganti, salinità appena accennate. Il drink non deve gridare per farsi notare dall'umarel del quartiere. Deve avere carattere. Che è una cosa diversa dal volume. E questo elemento, all'umarel, piace da impazzire.

E poi c'è il tema dell'equilibrio. Bere meglio, non necessariamente bere di più. Porzioni più attente, profili più armonici, una sensibilità crescente verso il benessere. Non è una rivoluzione, è uno spostamento lento. Ma si sente. Allo stesso tempo, cambia anche l'idea di qualità. Diventa più sobria. Più precisa.

Tre ingredienti fatti bene valgono più di una lista che sembra la Divina Commedia, ma senza Dante. La complessità, oggi, non è aggiungere. È togliere senza perdere senso. Ed è qui che la semplicità smette di essere un punto di partenza e diventa un punto di arrivo. Perché la semplicità vera è selezione, è disciplina, è coerenza. È dire dei no. È scegliere prodotti che reggono il banco senza bisogno di travestimenti. Che funzionano il lunedì mattina come il sabato sera. Che non chiedono di essere spiegati, ma riconosciuti. In questo equilibrio si inserisce perfettamente la newstalgia. Non come estetica, ma come atteggiamento. Non è mettere una sedia anni '50 e accendere una lampadina calda. È costruire un luogo che sa di qualcosa che già conosci, anche se non ci sei mai stato. Il bar, in fondo, resta una macchina del tempo.

Basta poco: un profumo, una luce giusta, un gesto familiare. E per qualche minuto il mondo resta fuori, come una giacca dimenticata sull'attaccapanni. Evadere non è fuggire. È scegliere di vivere un'altra realtà, anche solo per poco.

Il bar di quartiere, di un certo spessore, si muove esattamente lì, su quella linea sottile. È reale, quotidiano, accessibile. Ma allo stesso tempo ha la capacità di creare uno scarto, un piccolo altrove. Non ti promette un viaggio intercontinentale. Ti offre qualcosa di più difficile: farti restare, ma meglio. E forse è proprio questa la sua forza. In un mercato che spesso alza i toni, il district bar, che fa americano, ma è la stessa cosa, lavora in sottrazione. Chiede fiducia. Cerca continuità. E alla fine, quando funziona davvero, non te ne accorgi subito. Te ne accorgi quando torni. ■

“IL BAR, IN FONDO, RESTA UNA MACCHINA DEL TEMPO. BASTA POCO: UN PROFUMO, UNA LUCE GIUSTA, UN GESTO FAMILIARE”



1 POIRES DE VIE LIQUEUR DE POIRE & COGNAC LIQUORE COG07245

2 BEST SELLER VALHALLA HERBAL LIQUOR LIQUORE LIQ05177

3 KOSKENKORVA SALMIAKKI LIQUORE LIQ007989

4 PALMARÈ MIEL RUM RUM07143

DIETRO IL *bancone*

BEST SELLER FINEST CALL ESSENZIALI SWEET & SOUR COCKTAIL MIXER SCI07724



BEST SELLER FINEST CALL ESSENZIALI SUGAR SYRUP COCKTAIL MIXER SCI07723



BEST SELLER FINEST CALL ESSENZIALI PUREE - MANGO COCKTAIL MIXER SCI07713



BEST SELLER FINEST CALL ESSENZIALI SINGLE PRESSED LIME JUICE COCKTAIL MIXER SCI07761





CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTI I
NOSTRI PRODOTTI DELLA **COLLEZIONE LINEA**



1 **BEST SELLER**
ROUGE WHITE
BITTER
BIT05444

2 **BEST SELLER
NEW**
CARLO ALBERTO
RED
VERMOUTH
VER08029-01

3 **BEST SELLER
NEW**
CARLO ALBERTO
BITTER DI TORINO
BITTER
BIT08316

4 **BEST SELLER**
PLANTERAY
ORIGINAL DARK
POURING
RUM
RUM08003

5 **BEST SELLER**
PLANTERAY
3 STARS WHITE
POURING
RUM
RUM08011

6 **BEST SELLER**
SANTISIMA
TRINIDAD
AMBAR
RUM
RUM08201

7 **BEST SELLER**
PAPILLON
BLANC
POURING
RUM
RUM08373

8 **BEST SELLER
NEW**
PITU PREMIUM
DO BRASIL
POURING
CACHAÇA
CAC08340

9 **BEST SELLER**
VECINDAD
BLANCO
TEQUILA
TEQ07370

10 **BEST SELLER**
YUU BAAL
JOVEN
POURING
MEZCAL
MEZ08036

11 **BEST SELLER**
KEYRYE
VODKA
VOD05120

12 **BEST SELLER**
KOSKENKORVA
ORIGINAL CLIMATE
ACTION POURING
VODKA
VOD07674

13 **BEST SELLER**
MG POURING
GIN
GIN07990

14 **BEST SELLER**
BOND STREET 40°
POURING
GIN
GIN07050

CONTATTACI PER
NON PERDERTI
I NOSTRI CONTRATTI
VOLUME E I CANVASS
DEDICATI ALLA LINEA

COLLEZIONE LINEA

Prodotti di linea ad alta rotazione, pensati per assicurare continuità di servizio e standard qualitativi sempre elevati.

Una selezione affidabile, progettata per rispondere con efficienza alle esigenze del consumo quotidiano.

Referenze versatili e facilmente gestibili, ideali per supportare

ritmi sostenuti senza compromessi sulla qualità.

Ogni prodotto è scelto per garantire costanza nel gusto, nella resa e nella disponibilità.

Perfetti per contesti dinamici, dove rapidità e precisione fanno la differenza. Una gamma pensata per offrire equilibrio tra performance e convenienza.



BESTSELLER
NEW
CARLO ALBERTO RED
VERMOUTH
VER08029-01



BESTSELLER
NEW
CARLO ALBERTO WHITE
VERMOUTH
VER04981-01



BESTSELLER
NEW
CARLO ALBERTO BITTER DI TORINO
BITTER
BIT08316



ROUGE
BITTER
BIT05296



BESTSELLER
ROUGE WHITE
BITTER
BIT05444



BESTSELLER
FEE BROTHERS TURKISH TOBACCO
AROMATIC BITTER
BIT07414



BESTSELLER
FEE BROTHERS AZTEC CHOCOLATE
AROMATIC BITTER
BIT04246-01



BESTSELLER
FEE BROTHERS GRAPEFRUIT
AROMATIC BITTER
BIT04251



BESTSELLER
FEE BROTHERS PLUM
AROMATIC BITTER
BIT04257



CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA SELEZIONE



COLLEZIONE | LINEA

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



BESTSELLER
FEE BROTHERS RHUBARB
AROMATIC BITTER
BIT04258



BESTSELLER
SATHENAY FLEUR DE SUREAU
LIQUEUR
LIQ04666



FERRAND DRY CURACAO ECOPOUCH
LIQUEUR
LIQ07988



SANTISIMA TRINIDAD AMBAR
RUM
RUM08201



NEW
PAPILLON BLANC POURING
RUM
RUM08373



BESTSELLER
NEW
PITU PREMIUM DO BRASIL POURING
CACHAÇA
CAC08340



PLANTERAY 3 STARS WHITE POURING
RUM
RUM08011



PLANTERAY 3 STARS ECOPOUCH
RUM
RUM08145



PLANTERAY ORIGINAL DARK POURING
RUM
RUM08003



NEW
WOVEN HOUSE POUR BLENDED WORLD
WHISKY
WHI08351



BESTSELLER
VECINDAD BLANCO
TEQUILA
TEQ07370



BESTSELLER
YUU BAAL JOVEN POURING
MEZCAL
MEZ08036



PLANTERAY ORIGINAL DARK ECOPOUCH
RUM
RUM08146



PLANTERAY OFTD OVERPROOF POURING
RUM
RUM08005



PLANTERAY STIGGINS' FANCY PINEAPPLE ECOPOUCH
RUM
RUM07990



BESTSELLER
WILD GARDEN ORGANIC
GIN
GIN07596



CITADELLE ORIGINAL POURING
GIN
GIN05523



CITADELLE ORIGINAL ECOPOUCH
GIN
GIN07992



BESTSELLER
GIN MG POURING
GIN
GIN07990



COLLEZIONE | LINEA

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



**BOND STREET 40° POURING
GIN**
GIN07050



**BESTSELLER
KEYRYE
VODKA**
VOD05120



**BESTSELLER
KOSKENKORVA ORIGINAL CLIMATE
ACTION POURING
VODKA**
VOD07674



**BESTSELLER
GINNASTIC SODATO INDIAN TONIC
SODATO**
SOD08031



**FINEST CALL SINGLE PRESSED -
LEMON JUICE
COCKTAIL MIXER**
SCI07720



**BESTSELLER
FINEST CALL SINGLE PRESSED -
LIME JUICE
COCKTAIL MIXER**
SCI07761



**BESTSELLER
FINEST CALL PUREE - MANGO
COCKTAIL MIXER**
SCI07713



**BESTSELLER
FINEST CALL PUREE - PASSION
FRUIT
COCKTAIL MIXER**
SCI07716



**BESTSELLER
GINNASTIC SODATO GRAPEFRUIT
SODATO**
SOD08033



**BESTSELLER
GINNASTIC SODATO LEMON
SODATO**
SOD08032



**BESTSELLER
AQUA MONACO TONIC WATER
SODATO**
SOD07650



**BESTSELLER
AQUA MONACO LA TORONJA
PINK GRAPEFRUIT
SODATO**
SOD07648



**BESTSELLER
REAL REAL MANGO
COCKTAIL MIXER**
SCI07742



**BESTSELLER
REAL REAL PASSION
COCKTAIL MIXER**
SCI07743



**NEW
COPPA PALOMA
LIQUORE**
RTD08333



**NEW
COPPA COCONUT DAIQUIRI
LIQUORE**
RTD08334



**BESTSELLER
AQUA MONACO HOT GINGER BEER
SODATO**
SOD07647



**BESTSELLER
AQUA MONACO BITTER LEMON
SODATO**
SOD07649



**BESTSELLER
FINEST CALL ESSENZIALI -
SUGAR SYRUP
COCKTAIL MIXER**
SCI07723



**BESTSELLER
FINEST CALL ESSENZIALI - SWEET
& SOUR
COCKTAIL MIXER**
SCI07724



**NEW
COPPA SPICY MARGARITA
LIQUORE**
RTD08335



**NEW
PITÚ PREMIUM CAPIRINHA RTD
LIQUORE**
RTD08336



**NEW
PITÚ PASSION FRUIT CAPIRINHA
RTD
LIQUORE**
RTD08337



**NEW
PITÚ PREMIUM CAPIRINHA
0.0% RTD
LIQUORE**
RTD08338

STRATEGIA *dietro* IL BANCONE

CLICCA E
ASCOLTA
L'ARTICOLO



DI
**PATRICK
PIAZZA**

Negli ultimi anni il mondo della miscelazione sta vivendo una trasformazione significativa: accanto al protagonismo del distillato emerge sempre più il ruolo dei cosiddetti "coadiuvanti", elementi tecnici capaci di costruire ponti aromatici tra struttura alcolica e componente agrumata. Liquori e amari non sono più semplici comprimari, ma veri strumenti di progettazione gustativa. Nel panorama internazionale, in particolare nella tradizione caraibica, esistono numerosi prodotti che svolgono proprio questa funzione di raccordo sensoriale.

In questo scenario si inseriscono ingredienti che agiscono come connettori tra la base distillata e la freschezza degli agrumi, lavorando su equilibrio, persistenza e complessità aromatica. Il loro utilizzo consente di modulare l'intensità alcolica, armonizzare le componenti amare e ampliare lo spettro olfattivo con un approccio sempre più consapevole e tecnico.

Un esempio emblematico è il Ferrand Dry Curaçao della Maison Ferrand, rilettura contemporanea dello storico stile dei

curaçao francesi. Ottenuto da scorze di arance amare e dolci, presenta una struttura secca e stratificata, caratterizzata da note di agrume candito, spezie leggere e una componente amaricante ben integrata. In miscelazione funziona come elemento di raccordo: sostiene il distillato senza sovrastarlo e introduce una dimensione agrumata elegante, capace di amplificare la percezione aromatica complessiva. Un esempio prati-

tura e freschezza. Il drink viene servito in bicchiere highball.

In una direzione diversa ma complementare si colloca il falernum di Mr Three & Bros, che reinterpreta la tradizione caraibica in chiave contemporanea. Qui la funzione coadiuvante è evidente: lime, spezie e zucchero dialogano con la base alcolica generando una tessitura morbida e avvolgente. Il falernum agisce come modulatore, smus-

ta con Ginnastic soda al limone, dove la componente speziata e agrumata accompagna la struttura del distillato rendendo il profilo gustativo più equilibrato e accessibile. Il drink viene servito in bicchiere highball.

Sempre più centrale nel panorama contemporaneo è anche la ricerca italiana, ben rappresentata dall'universo di Vecchio Magazzino Doganale, dove botaniche mediterranee e

“NEL PANORAMA INTERNAZIONALE, IN PARTICOLARE NELLA TRADIZIONE CARAIBICA, ESISTONO NUMEROSI PRODOTTI CHE SVOLGONO PROPRIO QUESTA FUNZIONE DI RACCORDO SENSORIALE”

co di utilizzo è rappresentato da una proposta che porto spesso nelle mie serate: 25 ml di Martin Miller's Westbourne, 35 ml di Ferrand Dry Curaçao, 20 ml di spremuta di pompelmo rosa e top di Ginnastic soda al pompelmo, dove il liquore svolge una funzione di equilibrio tra strut-

sando le asperità del distillato e costruendo un ponte tra freschezza agrumata e profondità speziata. Un esempio applicativo è rappresentato da una miscelazione composta da 40 ml di Planteray Cut & Dry, 15 ml di falernum Mr Three & Bros e 10 ml di succo di ananas, completa-

sensibilità artigianale si intrecciano per dare vita a prodotti dalla forte identità territoriale. Qui la materia prima diventa racconto, capace di sostenere la struttura del drink, attenuare la percezione alcolica e accompagnare il sorso verso una bevibilità più armoniosa.

GLI
indispensabili



BEST SELLER
MR. THREE & BROS
FALERNUM
LIQUORE
LIQ06169



BEST SELLER
PLANTERAY
CUT & DRY
RUM
RUM07645



BEST SELLER
REAL
AGAVE
SCIROPPO
SCI07729

SCOPRI LA COLLEZIONE COMPLETA A PAG. 34



**FERRAND DRY
CURAÇAO YUZU**
LIQUORE
LIQ07469

BEST SELLER
**PLANTERAY
STIGGINS' FANCY
PINEAPPLE**
RUM
RUM07996

**BEST SELLER
NEW**
**FEE BROTHERS
FEE FOAM**
AROMATIC BITTER
BIT06406

In questa visione prende forma una costruzione aromatica fondata sull'equilibrio tra dolcezza e freschezza: 40 ml di liquore Bergamotto Fantastico aprono il profilo con note agrumate luminose e avvolgenti, sostenute dalla personalità di 20 ml di Vecindad Blanco e dalla rotondità di 15 ml di Real Agave. 20 ml di succo di limone donano slancio e tensione acida, mentre due dash di Fee Foam completano la tessitura, rendendo il sorso più morbido ed elegante. Il risultato è un drink equilibrato e avvolgente, servito in tumbler basso, dove ogni elemento contribuisce a un'esperienza gustativa armonica e raffinata.

Nella costruzione del drink, il ruolo del coadiuvante diventa elemento fondamentale nella definizione dell'equilibrio gustativo. Il Dog Nose Cordiale Peperoncino non si limita ad accompagnare la base alcolica, ma ne orienta e ne modella il profilo sensoriale, introducendo una trama speziata che amplifica la complessità aromatica e armonizza l'intensità del distillato. La componente piccante genera profondità e dinamismo, mentre la struttura del cordiale costruisce un dialogo continuo

tra calore, freschezza e tensione aromatica, rendendo il sorso più rotondo e coerente.

Un esempio applicativo è rappresentato da una miscelazione composta da 30 ml di Planteray Cut & Dry, 20 ml di Dog Nose Cordiale Peperoncino e 20 ml di succo di ananas, completata con Ginnastic soda al limone. In questa costruzione il coadiuvante svolge una funzione modulatrice, integrando la speziatura con la componente agrumata e fruttata, smussando le asperità del distillato e guidando l'esperienza gustativa verso un equilibrio intenso ma armonico. Il drink viene servito in bicchiere highball.

La crescente attenzione verso prodotti a basso contenuto alcolico riflette un evidente cambiamento culturale nel consumo contemporaneo, sempre più orientato alla ricerca di complessità senza eccesso e di profondità senza pesantezza. In questa prospettiva si inseriscono proposte come Underberg, Rouge, The Gibson Figs And Cherries e il Sakari Yuzu Sake, espressioni di un approccio in cui la componente aromatica e la finezza gustativa assumono un ruolo centrale e ridefiniscono

il concetto stesso di equilibrio nel bere miscelato. Liquori e amari con funzione coadiuvante permettono infatti di costruire cocktail più armonici e accessibili, nei quali l'intensità olfattiva e la qualità sensoriale prevalgono sulla mera forza alcolica.

Questa filosofia prende forma in una preparazione che esalta freschezza e tensione aromatica: 40 ml di Rouge Bitter White costituiscono la base, offrendo una trama erbacea elegante e delicatamente amaricante, arricchita da 1 bar spoon di The Gibson Figs And Cherries, che introduce una sfumatura fruttata morbida e avvolgente. 20 ml di succo di cranberry apportano vivacità acida e slancio gustativo, mentre il completamento con Match Tonic Spicy dona verticalità e una sottile vibrazione speziata. Il risultato è un drink dinamico e contemporaneo, dove la freschezza dialoga con la componente vegetale e fruttata in un equilibrio raffinato. Il cocktail viene servito in bicchiere highball.

Il ruolo di questi prodotti trova oggi una naturale applicazione anche nel mondo dell'hospitality. Il bar d'hotel si configura sempre più come luogo di esperienza.

Dall'esperienza di Michele Fantasia, barman molto conosciuto nel mondo dell'hotellerie, emerge chiaramente come, nell'ospitalità di lusso, il bar non sia più un semplice servizio accessorio, ma uno spazio identitario, un luogo di relazione e un'estensione dell'esperienza offerta dall'hotel. In questo contesto la scelta dei prodotti diventa strategica. Integrare i liquori di Vecchio Magazzino Doganale in un bar d'hotel significa offrire agli ospiti qualcosa di unico, autentico e memorabile: ogni cocktail diventa un momento di racconto, ogni bottiglia un punto di partenza per una conversazione, ogni ingrediente uno strumento capace di trasmettere territorio, artigianalità e cultura del bere.

In definitiva, il ruolo dei coadiuvanti va letto come espressione di una nuova grammatica della miscelazione: non semplici ingredienti, ma strumenti di connessione tra distillato e agrume, tra struttura e freschezza, tra tecnica e piacere. Una prospettiva che, per i professionisti del settore e per gli appassionati evoluti, invita a ripensare il cocktail come un sistema complesso in cui ogni elemento contribuisce a un equilibrio dinamico e consapevole. ■

GLI indispensabili



SCOPRI LA COLLEZIONE COMPLETA A PAG. 34

COLLEZIONE INDISPENSABILI

Prodotti insostituibili, pensati per diventare veri e propri punti di riferimento all'interno dei locali che vogliono distinguersi. Una selezione essenziale, capace di definire lo stile e l'identità di ogni proposta beverage. Referenze iconiche, riconosciute e apprezzate, che contribuiscono a elevare l'esperienza del cliente. Dalla qualità delle materie pri-

me alla riconoscibilità del gusto, nulla è lasciato al caso. Perfetti per la miscelazione classica e contemporanea, rappresentano una base solida e affidabile. Soluzioni che garantiscono coerenza, prestigio e continuità nella proposta. Elementi chiave per costruire una carta beverage completa e autorevole.



BESTSELLER
CARLO ALBERTO RISERVA
EXTRA DRY SUPERIORE
VERMOUTH
VER05710



DOG NOSE CORDIALE AL
PEPERONCINO
LIQUORE
LIQ08124



BERGAMOTTO FANTASTICO
LIQUORE
LIQ05895-01



DIAMANTE ACQUA DI CEDRO
LIQUORE
LIQ05966-01



ASTEROID ABSINTHE
ASSENZIO
ASS08092



SATHENAY CRÈME DE CASSIS
LIQUORE
LIQ04665



BESTSELLER
FERRAND DRY CURAÇAO
LIQUORE
LIQ04639



FERRAND DRY CURAÇAO YUZU
LIQUORE
LIQ07469



FERRAND DRY CURAÇAO TROPICAL
LIQUORE
LIQ08390



BESTSELLER
MR THREE & BROS FALERNUM
LIQUORE
LIQ06169



BESTSELLER
NEW
UNDERBERG 12X0,02 L
BITTER
BIT08399



BESTSELLER
NEW
UNDERBERG ESPRESSO HERBTINI
12X0,02 L
BITTER
BIT08343



[CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA SELEZIONE](#)



COLLEZIONE | INDISPENSABILI

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



ROUGE SIXTY
AROMATIC BITTER
BIT05443



JEFFERSON BITTER TINTURA
AROMATIC BITTER
BIT05055



BESTSELLER
NEW
FEE BROTHERS FEE FOAM BIG
AROMATIC BITTER
BIT08329



BESTSELLER
NEW
FEE BROTHERS FEE FOAM
AROMATIC BITTER
BIT06406-01



NEW
LONGUETEAU L'INTEMPOREL -
SOUVENIR
RUM
RUM08377



MILLSTONE ZUIDAM 100 RYE
WHISKY
WHI04160-A



MARTIN MILLER'S WESTBOURNE
GIN
GIN07475-01



MG OVERPROOF
GIN
GIN07465



FEE BROTHERS OLD FASHIONED
AROMATIC BITTER
BIT04254



BESTSELLER
FEE BROTHERS ORANGE
AROMATIC BITTER
BIT04255



BESTSELLER
FERRAND COGNAC FERRAND 1840
COGNAC
COG04615-01



BESTSELLER
COQUEREL VS
CALVADOS
CAL07048-01



ZUIDAM OLD TOM
GIN
GIN04417



BESTSELLER
NEW
CITADELLE ZERO ALCOHOL 0.0
LOW
LOW08274



BESTSELLER
REAL REAL AGAVE
COCKTAIL MIXER
SCI07729



BESTSELLER
REAL REAL COCO
COCKTAIL MIXER
SCI07734



BESTSELLER
PLANTERAY STIGGINS' FANCY
PINEAPPLE
RUM
RUM07996



BESTSELLER
PLANTERAY CUT & DRY
RUM
RUM07645



PLANTERAY MISTER FOGG
RUM
RUM08233



PLANTERAY HOGO MONSTA
RUM
RUM08235

il solvente COME GRAMMATICA DEL DRINK

DI
**MATTEO
FORNARO**

E
**NOEMI
DELL'AGNELLO**



Non sono partito dal laboratorio. Sono partito dal banco.

Per anni ho lavorato su twist on classic, variazioni tecniche, equilibri già scritti. Un lavoro necessario, formativo, che ti insegna disciplina e misura. Poi, a un certo punto, mi sono trovato davanti a ingredienti che non conoscevo o che non potevo trattare allo stesso modo. Non bastava inserirli in un drink corretto. Non bastava farli funzionare. Dovevo capire cosa volevo davvero portare nel bicchiere.

Il passaggio al laboratorio non è stato un salto tecnologico. È stato un atto di rispetto.

Mi sono accorto che stavo utilizzando materie prime importanti con metodi che non ne restituivano l'identità. È stato in quel momento che ho capito che non stavo più cercando una ricetta migliore, ma un modo più onesto di lavorare l'ingrediente. Ho smesso di partire dalla struttura del cocktail e ho iniziato a partire dalla materia prima.

La domanda è diventata essenziale: "Cosa voglio estrarre? Come voglio che si comporti nel bicchiere? Che esperienza deve vivere l'ospite?"

Quando inizi a porti queste domande, capisci che il problema non è più la ricetta, ma il mezzo con cui stai lavorando l'ingrediente. Da qui nasce il mio modo di ragionare in termini di base solvente.

Per base solvente, intendo il mezzo che scelgo per trasformare un ingrediente in liquido: acqua, alcol, una soluzione zuccherina, una componente grassa. Ogni scelta è selettiva. L'acqua valorizza la freschezza e la verticalità vegetale; l'alcol ne sostiene la struttura; lo zucchero ne modula la percezione, accompagnando il profilo verso maggiore equilibrio e profondità. Una componente grassa consente di catturare aromaticità che, in una base acquosa, risulterebbe troppo diretta.

Non è la tecnica a rendere interessante un drink. È la precisione con cui riesci a tradurre un sapore.

Uno degli esempi più chiari di questo approccio è il lavoro sulla menta andina huacatay. Parto da un'infusione in acqua a 70° C, mai oltre. Non voglio estrarre tutto, ma preservare la parte verde, anisata e leggermente balsamica senza trascinare amarezza. L'acqua è il

mezzo più coerente per isolare quella freschezza, per restituire un profilo pulito e leggibile.

Successivamente introduco un secondo livello: limone lavorato in padella con burro, zucchero muscovado e Dry Curaçao Pierre Ferrand. Qui il solvente cambia. Il burro intercetta la componente lipofila degli oli essenziali della scorza, il muscovado aggiunge profondità e note tostate, il Curaçao integra una struttura alcolica agrumata più definita. L'equilibrio nasce dall'interazione tra polarità diverse, non dall'accumulo.

Completo con mela chiarificata e rum Longueateau. La mela serve ad allungare, pulire e dare tensione. Il rum, con una gradazione importante, mi permette di mantenere carattere anche durante il lavaggio in latte, una tecnica che tende naturalmente ad alleggerire la struttura alcolica. La chiarificazione non è un gesto estetico: è controllo. La caseina lega particelle e parte delle componenti più aggressive, restituendo un liquido limpido con un'acidità morbida, quasi lattica. L'obiettivo è definizione, non effetto.

Ci sono drink che crescono con me, in continua evoluzione da quasi dieci anni. L'Oyster Martini è uno di questi. All'inizio sono partito da un'infusione di gin e foglie di ostrica. Il risultato era interessante, ma troppo ve-

getale. Richiamava il mare, senza restituirne davvero la profondità. Con il tempo ho capito che dovevo lavorare sulla materia prima in modo diverso, con più rispetto e più controllo.

Oggi utilizzo ostriche cotte a temperatura calibrata in soluzione salina per ottenere un'acqua pulita e stabile. La unisco al gin Martin Miller aromatizzato con alghe e sottopongo il tutto a distillazione sottovuoto per isolare la parte aromatica più fine. Non cerco intensità salina. Cerco mineralità precisa, leggibile, elegante.

Da lì, ho capito che non stavo impostando un metodo che potevo applicare ogni volta che volevo essere fedele a un sapore.

Lo stesso principio guida l'Azotea Spicy Liquor. Non è

un drink, ma un ingrediente: un liquore che utilizzo in diversi cocktail come base aromatica. Invece di macerare i peperoncini direttamente in distillato, ho trasformato la base in liquore

corno marocchini. Per la spinta alcolica la scelta è caduta su Cachaça Pitù che aggiunge una componente vegetale coerente, senza sovrastare.

Alcuni ingredienti diventano

con precisione ma la base alcolica non è coerente, l'equilibrio si rompe. Cerco distillati capaci di sostenere senza eccedere, di integrarsi senza cancellare. La base alcolica deve accompagnare l'estrazione, non competere con essa.

Il laboratorio è disciplina: controllo dei parametri, ripetibilità, coerenza. Ma è soprattutto un processo in evoluzione. Ogni volta che penso di aver raggiunto il punto giusto, capisco che posso essere ancora più preciso.

Il solvente è la grammatica. L'ingrediente è il vocabolario.

Il drink è la frase finale, ma il motore resta l'insoddisfazione.

E una frase può sempre essere scritta meglio. ■

NEW
PITÙ PREMIUM
DO BRASIL
CACHAÇA
CAC08339



NEW
LONGUETEAU BLANC
- CLASSIQUE
RUM
RUM08387



BEST SELLER
MARTIN MILLER'S
ORIGINAL
LIQUORE
GIN07472-01



BEST SELLER
FERRAND DRY
CURAÇAO
LIQUORE
LIQ04639



“NON È LA TECNICA A RENDERE INTERESSANTE UN DRINK. È LA PRECISIONE CON CUI RIESCI A TRADURRE UN SAPORE”

LA CHIMICA INVISIBILE del gusto

Alla base di ogni tecnica di estrazione, dall'infusione alla macerazione fino all'utilizzo di diversi solventi, esiste un principio tanto semplice quanto determinante: la polarità, ovvero la capacità di alcune sostanze di sciogliere e trattenere specifici composti meglio di altre.

L'acqua, per esempio, è un solvente polare. È particolarmente efficace nell'estrarre zuccheri, acidi, sali minerali e tutte quelle componenti che costruiscono la struttura del gusto. Grassi e oli, invece, appartengono a un'altra famiglia: sono non polari e agiscono su molecole diverse, soprattutto quelle aromatiche, spesso responsabili del profumo degli ingredienti. Per questo sono ideali per catturare note erbacee, speziate o tostate, con il vantaggio di poter lavorare anche a freddo e preservare le sfumature più delicate.

L'alcol, in particolare l'etanolo, rappresenta probabilmente il solvente più versatile. Grazie alla sua natura intermedia, in parte polare e in parte non polare, riesce a estrarre sia la compo-

nente gustativa sia quella aromatica. Non è un caso che sia uno strumento centrale nella costruzione di infusi e preparazioni legate al mondo della miscelazione.

Anche l'aceto offre possibilità interessanti: prevalentemente polare ma con una piccola componente non polare, consente di estrarre aromi da frutta, erbe e spezie aggiungendo allo stesso tempo acidità, freschezza e capacità conservante.

In linea generale, le componenti più gustative, come dolcezza, acidità o umami, si estraggono con facilità attraverso acqua, alcol o aceto. Le note più aromatiche e intense, come quelle agrumate, erbacee, speziate o tostate, si legano invece meglio a grassi e oli.

Comprendere questa distinzione significa scegliere con maggiore consapevolezza il metodo più adatto a ogni ingrediente. Un dettaglio tecnico solo in apparenza invisibile, che in realtà fa la differenza tanto in cucina quanto nella miscelazione contemporanea.

Alto grado e macerazione

L'alto grado alcolico gioca un ruolo fondamentale nella macerazione, perché permette di estrarre sia le componenti aromatiche che quelle gustative degli ingredienti. Grazie alla sua doppia natura, polare e non polare, l'alcol riesce a catturare profumi intensi, spezie, erbe e note più strutturate con grande efficacia.

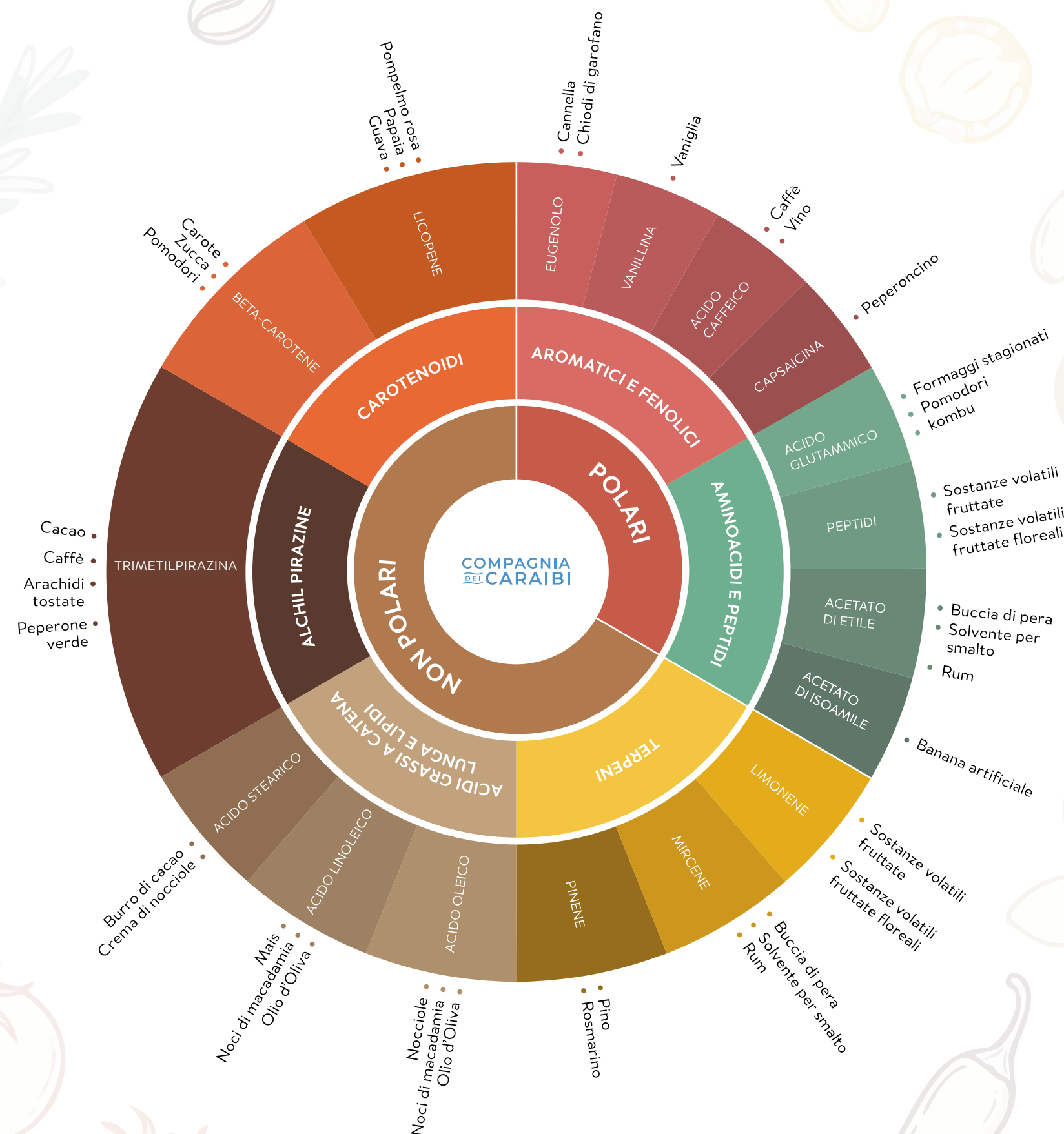
**PLANTERAY
HOGO MONSTA**
RUM
RUM08235



**SATVRNAL
ACQUAVITE PLATANO**
ACQUAVITE
AVT08090



**VECINDAD
DEL TIO 100%
MAGUEY
PAPALOTE
VERDE TOBAL
ALTO GRADO**
AGAVE
AGA08035



LA STAGIONE PIÙ *fresca* NEL PIATTO E NEL BICCHIERE

SAPORI, TENDENZE E SENSO DELLA STAGIONE: **MATTEO MONFRINOTTI**, CHEF E RESPONSABILE DELLE MATERIE PRIME A LA DARBIA, RACCONTA COME CAMBIA TUTTO CON LA PRIMAVERA.

CLICCA E ASCOLTA L'ARTICOLO



INTERVISTA A
MATTEO MONFRINOTTI



La primavera e l'estate riportano l'attenzione sulla materia prima. Non è una questione di moda: è una questione di gusto. Per chi lavora nell'alta ristorazione significa scegliere ingredienti nel momento in cui esprimono il massimo, costruire relazioni con produttori che lavorano su piccole quantità, filiere corte, ritmi lontani dalla grande distribuzione. Matteo Monfrinotti è chef e responsabile delle materie prime al resort di lusso La Darbia, sul lago d'Orta, in Piemonte: un ruolo che unisce competenza tecnica e selezione di tutto ciò che entra in casa. In un contesto di ristorazione di alta gamma, il suo lavoro è fare scelte. Ogni giorno, su ogni prodotto.

Quando inizia la primavera, per te, in cucina?

Non parte da calendario, da

noi. Siamo in una zona del Nord dove le temperature restano basse anche sotto aprile. La senti prima di vederla: quando l'orto dà i primi segnali, le prime erbe spontanee, capisci che si può partire. Ma prima di aprire la stagione lavoriamo già da mesi. Con i piccoli produttori pianifichiamo tutto con largo anticipo: quantità, tempistiche, aspettative. Con loro non puoi improvvisare.

C'è un ingrediente che ti dà il via?

Sono un amante del vegetale, in generale. Noi abbiamo un orto

succo per l'acidità. Non escono mai dal menu, nemmeno d'inverno. E le erbe spontanee locali: la nostra cucina parte da lì, italiana, anzi, piemontese. Non andiamo a cercare prodotti esteri.

Tendenze per i prossimi mesi nell'alta ristorazione?

Dare valore al prodotto semplice, autentico, vicino. Non l'astice, non il gambero rosso da vetrina: la terra, l'orto, quello che hai a disposizione. Se ne parla da anni, ma ora chi lo vuole fare sul serio comincia a farlo con coerenza. Poi c'è il capitolo fermenti

animelle di vitello, con erbe a bilanciare. Le erbe lavorano sulle due componenti e tengono il piatto insieme. È un gioco cromatico oltre che aromatico.

Dolcezza naturale degli ingredienti primaverili: come la gestisci?

La dolcezza stanca, se non hai una nota che la interrompe, che sia acida, amara, piccante, devi bilanciarla. Ho un piatto su cui torniamo ciclicamente: rapa rossa, cotta in modo che visivamente sembri una bresaola. Sotto, una salsa al gorgonzola: siamo vicini a Novara, è un prodotto di

“LA DOLCEZZA STANCA, SE NON TROVA UNA NOTA CHE LA INTERROMPE, CHE SIA ACIDA, AMARA O PICCANTE”

strepitoso ed è quello il nostro punto di partenza: quando arrivano le prime erbe spontanee vere, non forzate, scatta qualcosa. Poi compare l'asparago, che amo particolarmente: quello è il segnale che si può cominciare a ragionare in modo diverso.

Gli irrinunciabili della stagione?

Le erbe, sempre: basilico, aromatiche, insalate, quella nota fresca, quasi balsamica, che definisce il periodo. Gli agrumi: bergamotto, cedro, limone, usati in tutte le parti, lo zest per l'aromaticità, il

tati: li usiamo in piccola parte, in cucina e in miscelazione. Vegetali fermentati per le salse, per quella nota diversa che non ti aspetti. Lavora in modo nascosto, sotto traccia. Anche il nostro barman li usa nei drink.

Terra e mare: quanto è difficile farlo bene?

Ci vuole attenzione, coerenza. Hai parti ferrose, parti grasse, parti amare: devi bilanciare tutto con precisione. Un esempio che usiamo adesso: gambero - parte grassa - abbinato alle

casa. Sopra, erbe senapate per piccantezza e nota balsamica. Non stanca mai: ogni boccone ha qualcosa di diverso e ne chiama subito un altro.

Il sapore della primavera-estate che ti emoziona di più?

Pomodoro e basilico. Semplice, banale forse, ma, per me, sono fondamentali. Li diamo per scontati, li vediamo ovunque ma, quelli veri, al momento giusto, sono imbattibili. Sono la primavera e l'estate, nel senso più diretto del termine. ■

BEST SELLER
WASHINGTON
AMARO DI ARANCE ED ERBE
LIQUORE
LIQ07102-02

BEST SELLER
AMARETTO CLUB
CORDIALE ITALIANO
LIQUORE
LIQ07968

BEST SELLER
GIOCONDO
CAFFÈ CABARET
LIQUORE
LIQ07104

TUTTI I PRODOTTI SONO CONSIGLIATI LISCI O IN MISCELAZIONE HIGHBALL

SABATINI TOSCANA E TERRITORIO

Le erbe e botaniche di Sabatini Gin nascono nel cuore della Toscana e raccontano un paesaggio preciso fatto di ulivi, erbe spontanee e profumi mediterranei. La selezione delle materie prime è il primo gesto identitario: un legame diretto con il territorio che trasforma ogni ingrediente in espressione autentica del luogo da cui proviene.



BEST SELLER
SAIGON BAIGUR
GIN

GIN06893

BEST SELLER
CANAÏMA
GIN

GIN06022

A ccanto a una cucina che valorizza con rigore la materia prima locale, cresce oggi un interesse sempre più consapevole verso prodotti esotici capaci di raccontare territori lontani senza perdere autenticità. Anche nel mondo della miscelazione questo dialogo tra vicino e lontano si fa sempre più evidente, soprattutto nella scelta di distillati premium dalla forte identità.

Canaima e Saigon Baigur ne sono un esempio emblematico: non semplici suggestioni esotiche, ma vere espressioni dei rispettivi paesaggi culturali e botanici, capaci di portare nel bicchiere storie, biodiversità e tradizioni.

Non si tratta di una contraddizione rispetto alla valorizzazione del locale, ma piuttosto di un'evoluzione del concetto stesso di autenticità. Oggi l'autenticità non coincide più soltanto con la prossimità geografica, ma con la verità del prodotto e la sua capacità di rappresentare un territorio. In questa prospettiva, anche l'esotico trova spazio, purché scelto con la stessa attenzione e sensibilità riservate alle eccellenze di casa.

“OGGI L'AUTENTICITÀ
NON COINCIDE PIÙ SOLTANTO
CON LA PROSSIMITÀ GEOGRAFICA,
MA CON LA VERITÀ DEL
PRODOTTO E LA SUA CAPACITÀ DI
RAPPRESENTARE UN TERRITORIO”

BOSQUE CRAFT
NATIVO
GIN

GIN07124

B osque Gin nasce nel cuore della Patagonia argentina e racconta il territorio attraverso una selezione di botaniche autoctone e materie prime locali di grande carattere. Erbe spontanee, bacche, agrumi e spezie vengono scelti per esprimere l'identità autentica dei paesaggi australi, dando vita a un gin fresco, balsamico e profondamente legato alla natura da cui proviene. Un distillato che valorizza l'origine delle sue botaniche e la qualità della filiera, trasformando ogni ingrediente in espressione del terroir argentino.



villa MASSA

IL LIMONCELLO PREMIUM IGP CHE NON SI STOCCA

1.200.000 LITRI L'ANNO, PRODOTTI SU ORDINAZIONE, CON I LIMONI IGP DI SORRENTO E UNA RICETTA CHE NON CAMBIA DAL 1891

Parola di Raffaele Di Stasio, quality manager da sedici anni



**BEST SELLER
NEW**
**VILLA MASSA
LIMONCELLO**
LIQUORE
LIQ08257



PROVALO ANCHE
NELLO SPRITZ

CLICCA E
ASCOLTA
L'ARTICOLO



DI
**MARINA
LANZA**

C'è una cosa che colpisce un gruppo di visitatori giapponesi, arrivati nello stabilimento di Villa Massa a Sorrento: non trovarono i magazzini. «Erano davvero sconvolti», racconta Raffaele Di Stasio, quality manager da sedici anni. «Dove tenete il limoncello?». La risposta è semplice e rivoluzionaria, per un liquore da un milione e duecentomila litri annui: non si stocka. Si produce sull'ordine, si imbottiglia ed, entro 24-48 ore, esce su un camion. Freschissimo.

È la filosofia di un'azienda fondata nel 1891 da Sergio e Stefano Massa, oggi esportata in oltre cinquanta Paesi. Una traiettoria lunga più di un secolo, percorsa restando fedele a un territorio, a una materia prima e a una ricetta. «La tecnologia serve a reggere i volumi», dice Di Stasio. «Ma la ricetta è quella originale, del 1891».

Il limone che non assomiglia agli altri

Tutto comincia dalla buccia. Non dal frutto intero, ma dalla sola parte esterna, il flavedo, ricco di oli essenziali. L'albedo, la parte bianca, viene scartata, perché trasmette un retrogusto amarognolo, che non appartiene al profilo di Villa Massa.

«Abbiamo una macchina che pela la buccia in modo estremamente sottile», spiega Di Stasio, «per prelevare esclusivamente la parte gialla». Il limone impiegato è il Limone di Sorrento IGP, che Di Stasio descrive con il rispetto riservato a qualcosa di irripetibile. «È baciato da Dio», dice, senza ironia, grazie al suolo vulcanico, l'esposizione solare ottimale sul promontorio sorrentino, con condizioni variabili da giardino a giardino, per posizione, microclima, distanza dal mare. Un frutto che porta con sé la variabilità del territorio: al tempo stesso, il suo pregio e la sua sfida produttiva.

“Ogni annata è una buona annata”

Villa Massa dispone di un laboratorio interno, che analizza gli

aromi dei diversi lotti di raccolta.

Dal confronto, emerge una sorta di cuvée, che mescola i lotti per ottenere un profilo organolettico costante. «Se bevi il nostro limoncello a Torino, a New York o in Australia», assicura Di Stasio, «hai sempre la stessa esperienza». La macerazione avviene a freddo, in alcool, tra i tre e i cin-

“OLTRE UN SECOLO,
RESTANDO FEDELE
A UN TERRITORIO,
A UNA MATERIA PRIMA
E A UNA RICETTA”

que giorni. L'infuso viene conservato in acciaio inox, con passaggi in circuiti chiusi, a temperatura controllata, per igiene e per prevenire l'ossidazione. Al momento dell'ordine, è miscelato con alcool, acqua e zucchero semolato, analizzato, imbottigliato e spedito. Fresco, il più fresco possibile.

Il confronto con i prodotti da concentrati e aromi

Per distinguere un limoncello artigianale da uno meno naturale, basta anche osservare una bottiglia esposta alla luce solare. «Il limonene è fotosensibile», spiega Di Stasio. Se il liquore diventa limpido, è segno di naturalità. Se rimane d'aspetto identico, dopo settimane in vetrina, qualcosa non torna. Per questo, Villa Massa consiglia di conservarlo nel congelatore e di consumarlo entro un anno dall'imbottigliamento, anche se la normativa europea non prevede scadenza, dato che il grado alcolico è al 30%.

E poi, il colore di Villa Massa è giallo citrino: né spinto, né verde. Al naso e in bocca, la nota del limone fresco è coerente - è lo stesso di quando sfregi la buccia dell'agrume tra le mani - si colloca ai lati del cavo orale e persiste a lungo.

Il limoncello prodotto con aromi e concentrati, invece, ricorda una caramella: arriva la nota artificiale e, dopo, c'è solo la dolcezza stucchevole degli sciroppi e degli addensanti.

Premium, fino alla bottiglia

Tra i costi che incidono sul prezzo finale, Di Stasio ne individua tre: la materia prima, Il Limone di Sorrento IGP - «Va pagato il giusto ai contadini, senza sconti sulla qualità»; l'alcool agricolo puro al 97%, con le relative accise; la bottiglia. Quest'ultima è un progetto a sé: iconica, con una linea

Azienda modello sul territorio

Raffaele Di Stasio è in Villa Massa da sedici anni. «Ci tengo che si sappia: quando vengo qui, la mattina, non mi sono mai sentito stanco. Sono sempre motivato». Un orgoglio concreto, non retorico: quello di chi è rimasto nel suo territorio e sa che vale qualcosa. Vale abbastanza da

irregolare che ricorda un cubetto di ghiaccio, vetro verde satinato. «Tra le mani ti dà la sensazione di un prodotto di valore», dice, «Piacevole, morbida, setosa».

Economia circolare in un fazzoletto di terra

I limoni entrano nello stabilimento interi ed escono sbucciati: la parte restante torna ai contadini per marmellate, sorbetti, succhi. Quello che resta può finire in zootecnia o essere impiegato per fonti rinnovabili. Una microeconomia circolare, in un territorio piccolo e prezioso. Lo stabilimento stesso si sviluppa su due piani sotterranei, invisibili dall'esterno, per preservare il paesaggio della costiera.

avergli fatto dire, al colloquio: «Questo limoncello è più buono di quello di mia nonna. Adesso, come faccio a dirlelo?». In Campania, un'eresia!

Villa Massa, anche così

Sulle fragole fresche e sulla macedonia, Di Stasio usa Villa Massa al posto del succo di limone. E ne mette anche un gocciolo nel caffè espresso: «Crea un abbinamento particolare, eccellente: la parte alcolica evapora subito per il calore, resta solo la nota rotonda della scorza di limone», dice, «un po' come quello tra l'agrume e il cioccolato fondente. A me, ha causato una sorta di dipendenza. Provalo e mi sai dire». ■

NEW
**VILLA MASSA
LIMONCELLO
MIGNON**
LIQUORE
LIQ08255



NEW
**VILLA MASSA
AMARETTO**
LIQUORE
LIQ08259



BEST SELLER
GIN CITADELLE
ORIGINAL
GIN
GIN05522



valore A TUTTI I COSTI

NON VENDI SOLO COCKTAIL. CREI MOTIVI PER TORNARE

CLICCA E
ASCOLTA
L'ARTICOLO



DI
**DIEGO
MELORIO**

O k, partiamo chiari. Tutto costa di più. Ingredienti, gestire il bar... anche i clienti guardano il prezzo più di prima. Ma questo non vuol dire mollare. Mai.

Premium non è solo bottiglia cara. No. È tutto quello che il cliente percepisce. Non è il drink. È quanto sei attento a lui. Sai cosa gli piace? Gli dai un consiglio senza imporgli nulla? Noti i dettagli che lo fanno sentire speciale? Se sì... boom, il valore lo sente subito. Il nostro ultimo menu, "QUANTOBASTA", è dedicato al Salento. Ogni luogo, un drink. Ogni drink, una storia. E il bello: dopo averlo provato, il cliente può portarsi via la carta. Fatto come una mappa illustrata. Gratis. Free copy. Così l'esperienza resta anche a casa.

Alcuni esempi concreti:

LED, con Tequila Vecindad Blanco, accompagnato dalla storia della "lampada senza luce".

PIZZICA, con Planteray Fiji, e la storia della Taranta Melpignano.

OTRANTO, con Planteray 3 Stars, e la storia di Otranto e del suo serpente marino.

Vedi? Anche se il drink costa un po' di più, non sta pagando solo l'alcol. Vive una storia, scopre un luogo, si sente parte di qualcosa. Oggi, più che mai, bisogna far capire il valore. Non giustificare il prezzo. Mostra che quello che offri è unico.

Un momento curato. Un drink scelto con attenzione. Un servizio che ti fa sentire ascoltato. Anche un gesto piccolo, un consiglio, una parola giusta... cambia tutto.

E il margine? Beh, non va dimenticato. Prodotti top non vuol dire spendere una fortuna. Fornitori seri, tipo Compagnia dei Caraibi. Ingredienti scelti, niente compromessi. E poi qualche trucco: ottimizzare le ricette, diversificare l'offerta, valorizzare i prodotti. Così mantieni qualità e margine. La cosa più importante? Far sentire il cliente al centro di tutto. Non vendi solo un cocktail. Fai vivere un momento. Si sente considerato, ascoltato, coccolato. Quando succede, il prezzo non è più un problema. È il biglietto per qualcosa che vale davvero. Insomma, non aumentare solo il costo della bottiglia. Crea esperienze di valore. Il cliente ricorderà la serata, il servizio, il cocktail. Tornerà. Sempre. La qualità, la cura dei dettagli e l'attenzione al cliente sono il nostro asso nella manica.

E alla fine... semplice. Serve attenzione. Serve cura. Serve passione. Il resto... arriva da séimmobiliare che ha ridefinito gli spazi e ci ha permesso di crescere. La sfida era dare coerenza a un ambiente molto grande e renderlo versatile: niente zone rigide, ma percorsi naturali che ti portano dalla gastronomia alla bottigliera, fino alla sala superiore. ■

BEST SELLER
GINNASTIC GIN
MATCH CITRUS
BLEND
GIN

GIN07658-01



“PREMIUM NON È SOLO BOTTIGLIA CARA. È TUTTO QUELLO CHE IL CLIENTE PERCEPISCE”

BEST SELLER
LOCH LOMOND
ORIGINAL PEATED
WHISKY

WHI07453-A

BEST SELLER
LOCH LOMOND
12 YO INCHMOAN
WHISKY

WHI07448-A

**BEST SELLER
NEW**
TEPUY DESTINO
RUM

RUM08346

**PLANTERAY
GRAN ANEJO**
RUM

RUM08007-A



COLLEZIONE BOTTIGLIERA

La selezione raccoglie prodotti strategici ad ampia rotazione, pensati per garantire completezza assortimentale e massima versatilità all'interno dell'offerta. Referenze riconoscibili, affidabili e trasversali, capaci di presidiare i principali momenti di consu-

mo e rispondere alle esigenze di cocktail bar, ristorazione e locali premium. Una gamma costruita con soluzioni ad alto potenziale commerciale, facilitando la copertura dei target chiave e valorizzando ogni proposta in carta e al banco.



FERRAND AMBRE
COGNAC
COG04616-02



POIRÉS DE VIE LIQUEUR DE POIRE & COGNAC
COGNAC
COG07245



BORDENEUVE TROIS ÉTOILES
ARMAGNAC
ARM04487



PORTO QUINTA DAS CARVALHAS 20YO
VINO FORTIFICATO
POR05555



PLANTERAY SEALANDER - THREE OCEANS RUM
RUM
RUM08006



PLANTERAY XAYMACA SPECIAL DRY JAMAICAN POT STILL RUM
RUM
RUM08008



PLANTERAY ISLE OF FIJI RUM
RUM
RUM08009



PLANTERAY GRAN ANEJO RUM
RUM
RUM08007-A



BESTSELLER
NEW
PLANTERAY XO 20TH ANNIVERSARY RUM
RUM07999-A



BESTSELLER
NEW
TEPUY MONUMENTO RUM
RUM08347



BESTSELLER
NEW
TEPUY DESTINO RUM
RUM08346



BESTSELLER
EL DORADO 12 YO RUM
RUM07653



[CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA SELEZIONE](#)



COLLEZIONE | BOTTIGLIERA

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



BESTSELLER
EL DORADO 15 YO
RUM

RUM06521



AGRICOLA DA MADEIRA VELHO
3 YEARS TROPICAL
RUM

RUM08014



VULCAO GROGUE
RUM

RUM06226



NEW
LONGUEAU L'AMBRÉ
RUM

RUM08388



NEW
CITADELLE BAJAN
GIN

GIN08389



BESTSELLER
CITADELLE ORIGINAL
GIN

GIN05522



BESTSELLER
MARTIN MILLER'S ORIGINAL
GIN

GIN07472-01



BESTSELLER
CANAÏMA
GIN

GIN06022



PAPILLON BRUN
RUM

RUM08374



PROHIBIDO RON SOLERA 12 YO
RUM

RUM04095



NEW
PITU PREMIUM DO BRASIL
CACHAÇA

CAC08339



BESTSELLER
LOCH LOMOND ORIGINAL PEATED
WHISKY

WHI07453-A



BOSQUE CRAFT NATIVO
GIN

GIN07124



BESTSELLER
MG
GIN

GIN07017



BESTSELLER
NEW
MARTIN MILLER'S ZERO
LOW

LOW08402



NEW
PITU PURO-ALC FREE 0.0%
LOW

LOW08341



BESTSELLER
NEW
LOCH LOMOND THE ORIGINAL TRIPLE OAK
WHISKY

WHI07452-A-01



BESTSELLER
NEW
GLEN SCOTIA 12 YO
WHISKY

WHI08208-A



NEW
WOVEN HOMEMADE BLENDED
SCOTCH
WHISKY

WHI08349



BESTSELLER
GINNASTIC GIN MATCH CITRUS
BLEND
GIN

GIN07658-01



BESTSELLER
NEW
LICOR 43
LIQUORE

LIQ08260



BESTSELLER
VALHALLA
LIQUORE

LIQ05177



PALMARE' MIEL
LIQUORE

RUM07143



PALMARE' CARAMELO
LIQUORE

RUM07142

DI
PENELOPE
VAGLINI

IL LESSICO DEL Lusso

Possedere un oggetto unico, o prodotto in serie limitata, equivale a dichiarare il rifiuto del convenzionale. L'esclusività è sempre più ricercata, complice una grammatica che privilegia la selezione alla quantità, attraversando settori diversi: dall'orologeria alla pelletteria, fino al mondo degli spirits super premium. Il valore si concentra nella rarità, nella qualità esecutiva e nella capacità di un prodotto di esprimere un linguaggio coerente o di fotografare un particolare attimo che, una volta esaurita la bottiglia, sarà perso per sempre. Creare qualcosa di unico e irripetibile è ciò su cui grandi Maison e piccoli produttori di nicchia stanno puntando per le loro collezioni di alta gamma. Micro-produzioni con lotti minimi, affinamenti sperimentali e bottiglie numerate che riportano la data di imbottigliamento e la provenienza dalla singola botte, incontrano il favore di un pubblico raffinato ed educato alla ricerca di qualcosa di nuovo.

Il collezionista contemporaneo è sempre più abile a scovare le storie scritte per pochi, i contesti produttivi peculiari e le annate che riflettono condizioni climatiche specifiche (talvolta un'unica barrel selezionata tra migliaia). In Scozia, le distillerie indipendenti propongono release di poche centinaia di esemplari, ciascuna con un profilo aromatico irripetibile determinato da legni, tostature e tempi di maturazione differenti. In Francia le Maison di cognac custodiscono riserve destinate a imbottigliamenti speciali che escono dal perimetro consueto del catalogo e raggiungono una rete ristretta di intenditori. L'esclusività diventa appannaggio di chi possiede la conoscenza e la competenza di leggere un'etichetta al di là delle

sue indicazioni, decifrare cru e interpretare i millesimi: si tratta di segnali che spesso sono in pochi a riconoscere e decodificare e che costruiscono una comunità di riferimento. Una referenza fuori produzione riconosciuta tra appassionati, una collaborazione tra un master distiller e un artista contemporaneo o una bottiglia reperibile in un solo indirizzo internazionale, costituiscono esempi concreti di questo ristretto club, dove solo gli intenditori sono ammessi.

La cura del dettaglio diventa

di riposo in cantina.

Nel beverage di lusso, inoltre, il possesso si intreccia con il rituale e con la dimensione relazionale, con degustazioni che escono dai luoghi convenzionali e privilegiano momenti raccolti, tra intenditori, in luoghi inaspettati. Una verticale organizzata in una residenza storica, una degustazione guidata di rum agricoli in un club privato, oppure un cocktail creato su misura per pochi ospiti in una suite d'albergo contribuiscono a costruire un'esperienza

rio. La relazione con il tempo assume un valore centrale e ogni anno di affinamento incide su struttura e complessità aromatica, trasformando l'attesa in parte integrante dell'esperienza. Anche i locali presenti nelle classifiche più blasonate hanno etichette personalizzate con nome e logo. Al loro interno si trovano blend realizzati ad hoc dai bar manager insieme ai master blender. La botte diventa così un archivio liquido di incontri, scandisce ricorrenze, accompagna passaggi professionali e personali.

Il mondo del lusso continua a esercitare un potere attrattivo perché offre un sistema di riferimento stabile in un contesto rapido e frammentato. Che si tratti di un orologio con complicazioni realizzate a mano, di una bottiglia numerata o di un'esperienza costruita su misura, ciò che accomuna questi ambiti è la coerenza tra promessa e risultato. La rarità assume il valore di una scelta coerente: lavorare con tempi

lungi, mantenere standard elevati, selezionare materie prime eccellenti e rivolgersi a un pubblico preparato e curioso. Il lusso è un atto di selezione e di responsabilità, una pratica di precisione che concentra l'attenzione su qualità, identità e continuità. In un'epoca di accesso diffuso e di disponibilità immediata, la distinzione risiede nella capacità di riconoscere ciò che possiede spessore culturale e una profondità narrativa differente dal coro. ■

“IL COLLEZIONISTA
CONTEMPORANEO
È SEMPRE PIÙ ABILE
A SCOVARE LE
STORIE SCRITTE
PER POCHI”

parte integrante dell'esperienza e consolida la percezione di valore di un determinato distillato. Una bottiglia in cristallo inciso, un'etichetta stampata a mano con caratteri tipografici scelti ad hoc e una cassa in legno realizzata su misura rappresentano un'estensione coerente del contenuto liquido. Il packaging assume così la funzione di racconto, esprimendo maestria artigianale e comunicando un tempo più o meno lungo di affinamento, oppure rappresentando decenni

BEST SELLER
CARLO ALBERTO
RISERVA RED
SUPERIORE
VERMOUTH
VERO8030



PROVALO LISCIO
O CON LA SODA

BEST SELLER
MADAME MILÙ
DA BERE
AL BISOGNO
LIQUORE
LIQ05859

BEST SELLER
JEFFERSON
AMARO
IMPORTANTE
LIQUORE
LIQ04942

BEST SELLER
ROGER AMARO
TENERE SOTTO
BANCO
LIQUORE
LIQ07215



TUTTI I PRODOTTI SONO
CONSIGLIATI LISCI O IN
MISCELAZIONE HIGHBALL

SELEZIONE GRANDI DISTILLERIE



- | | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|---|---------------------------------------|
| 1 | PLANTERAY
PXXO
RIUM
RUM07693-A | 2 | PLANTERAY FIJI
2019 COFFEE
LIQUEUR CASK
CDC SELECTION
RUM
RUM07932-A | 3 | PLANTERAY
TRINIDAD 2023
TERRAVERA
COLLECTION
RUM
RUM08051-A | 4 | EL DORADO
21 YO
RUM
RUM06522 |
| 5 | EL DORADO THE LAST
CASKS DIAMOND
COFFEY - UITVLUGT
CASK AGE 2000
RUM
RUM07303 | 6 | EL DORADO
SINGLE STILL
ENMORE 2009
RUM
RUM07312 | 7 | EL DORADO GREEN
DIAMOND - PORT
MOURANT 2010
RUM
RUM06530 | | |



**BEST SELLER
NEW**
**TEPUY
MONUMENTO**
RUM
RUM08347

BEST SELLER
**EL DORADO
12 YO**
RUM
RUM07653

BEST SELLER
**PLANTERAY XO
20TH ANNIVERSARY**
RUM
RUM07999-A

Rum d'autore
SELEZIONI NON CONVENZIONALI



**MONYMUSK SPECIAL
RESERVE 10 YO**
RUM
RUM07204



NEW
**SAINT
BENEVOLENCE
AGED**
RUM
RUM08345



**LONG POND SPECIAL
EDITION ITP - 15**
RUM
RUM06834

LA VISIONE CONTEMPORANEA DEL LUSO

FIRMATA COMPAGNIA DEI CARAIBI



Una proposta ricercata e curata, in cui ogni bottiglia è espressione di qualità e competenze produttive. Accanto alla selezione, un sistema di soluzioni su misura consente di costruire proposte beverage che esprimono un'identità coerente e dialogano con gli spazi in cui prendono forma.



CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA SELEZIONE

COLLEZIONE LUXURY

Una selezione di prodotti e servizi esclusivi pensata per chi ricerca eccellenza, stile e cura del dettaglio. Proposte premium che uniscono qualità delle materie prime, ricercatezza estetica e valore

distintivo, ideali per elevare l'esperienza di consumo e differenziare l'offerta. Un mondo dove eleganza e raffinatezza diventano strumenti concreti di posizionamento e valorizzazione del locale.



[CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA SELEZIONE](#)



BESTSELLER
**CARLO ALBERTO RISERVA
RED SUPERIORE
VERMOUTH**
VER08030



**CARLO ALBERTO RISERVA
WHITE SUPERIORE
VERMOUTH**
VER05709



**FERRAND SELECTION DES ANGES
COGNAC**
COG06242



**BORDENEUVE HORS D'ÂGE
ARMAGNAC**
ARM04486



**CHARLES DE GRANVILLE VSOP
VIEILLE RESERVE
CALVADOS**
CAL06508



**PLANTERAY PXXO
RUM**
RUM07693-A



**PLANTERAY TRINIDAD 2003 -
TERRAVERA COLLECTION
RUM**
RUM08051-A



**EL DORADO 21 YO
RUM**
RUM06522



**EL DORADO 25 YO
RUM**
RUM06523



**EL DORADO SINGLE STILL ENMORE
2009
RUM**
RUM07312



**MC CONNELL'S SHERRY CASK FINISH
WHISKY**
WHI07315



**BM SIGNATURE SINGLE MALT VIN
JAUNE 9YO
WHISKY**
WHI07139



COLLEZIONE | LUXURY

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



LOCH LOMOND 14 YO
WHISKY
WHI07450-A



LOCH LOMOND WAY POINT SERIES
16 YO
WHISKY
WHI07941-A



GLEN SCOTIA VICTORIANA
WHISKY
WHI07447-A



GLEN SCOTIA ICONS OF
CAMBELTOWN RELEASE N.2 THE
DRAGON 14 YO
WHISKY
WHI07938-A



FEW BOURBON
WHISKEY
WHI07680



WIDOW JANE RYE MASH
APPLEWOOD & AMERICAN OAK AGED
WHISKEY
WHI07686-01



BESTSELLER
KOMOS REPOSADO ROSA
TEQUILA
TEQ07535



PESCADOR DE SUEÑOS ARROQUENO -
THE CLAW EDITION CARTON COPPER
MEZCAL
MEZ08017



NEW
WOVEN X COFFEE INFUSED
WHISKY
WHI08350



NEW
WOVEN SUPERBLEND
WHISKY
WHI08376



NEW
THAT BOUTIQUE-Y - ISLAY NAS
WHISKY
WHI08407



NEW
THAT BOUTIQUE-Y - WORLD
WHISKY BLEND
WHISKY
WHI08404



NINFA
RAICILLA
RAI06128



CITADELLE VIVE LE CORNICHON
GIN
GIN07163



GIL ITALIAN PEATED
GIN
GIN05528-01



BLUECOAT
GIN
GIN07675



NEW
& WHISKY - OAK & PALOMINO &
OXIDATION & SITTING - 8 YO
WHISKY
WHI08408



NEW
& WHISKY - SEAWEED & AENONS &
DIGGING & FIRE & OVERPROOF
WHISKY
WHI08410



NEW
TOGOUCHI SINGLE MALT
WHISKY
WHI08386-A



NEW
TOGOUCHI 9 YO
WHISKY
WHI08380-A



BESTSELLER
MATCH TONIC MEDITERRANEAN
SODATO
SOD07575



BESTSELLER
MATCH TONIC INDIAN
SODATO
SOD07574



MATCH TONIC FLORAL
SODATO
SOD07576



MATCH TONIC SPICY
SODATO
SOD07577

10AM MORNING CLUB:

IL MARCHIO TORINESE, ESPLOSO IN TUTTA ITALIA

DJ SET, BRUNCH E SOFT DRINK DALLE 10 ALLE 15. IL FORMAT CHE STA RIDEFINENDO LA SOCIALITÀ URBANA DEL NOSTRO PAESE.

CLICCA E ASCOLTA L'ARTICOLO



INTERVISTA A
TOMMI CHIOGNA



Incontriamo **Tommi Chiogna**, brand manager di 10 AM (Ten AM) Morning Club, il format torinese che, in pochi mesi, è diventato il marchio di riferimento del morning clubbing in Italia. Gli chiediamo di raccontarci il fenomeno e quello che significa per chi lavora nel settore.

Tommi, partiamo dall'inizio. Cos'è il morning club e perché proprio adesso?

Il morning club esiste nel nord Europa da oltre dieci anni. Londra, Berlino, Amsterdam lo conoscono bene: è una DJ session che parte la domenica mattina, finisce nel primo pomeriggio e non ha nulla a che vedere con il prolungamento della notte. In

Italia è arrivato tardi - a Milano ha cominciato solo scorso gennaio - ma ha trovato un terreno fertilissimo. Noi a Torino abbiamo guardato quello che succedeva, abbiamo capito che c'era uno spazio enorme e, a febbraio, abbiamo lanciato il 10 AM. La prima data fu a febbraio, al Gatsby, una panetteria. L'ultima, a marzo, al Mercato Centrale, con oltre 3000 passaggi.

Oltre 3000 presenze a un evento domenicale mattutino. Come si spiega?

Si spiega con una domanda che non aveva risposta. C'è una fascia di persone - e sono tante, più di quante si pensi - che ha smesso di vivere la notte, non perché non

voglia più uscire, ma perché la vita non glielo permette più. Hanno famiglia, figli, il lunedì di lavoro. Ma la domenica mattina sono liberi, svegli, riposati, con voglia di stare bene e di stare insieme. Noi abbiamo, semplicemente, dato un appuntamento a quella domanda.

Chi arriva, concretamente?

Un pubblico molto più eterogeneo di quello che ci si aspetterebbe. Il cuore è tra i 25 e i 40 anni, ma all'ultima data al Mercato Centrale c'erano famiglie con bambini, persone di cinquant'anni, ragazzi di venticinque. È un format che non esclude, perché non ha motivo di farlo. Il contenuto parla da solo: musica house accessibile, atmosfera rilassata,



BEST SELLER
NEW
LICOR 43
LIQUORE
LIQ08260

nessuna pressione. Chi viene, viene, perché vuole stare bene.

E cosa consuma, questo pubblico?

Questo è forse l'aspetto più interessante per chi lavora nel settore. Si parte con cappuccino, spremuta, croissant - e quella parte non sparisce mai, rimane il rituale d'ingresso. Poi, nel corso della mattinata, si passa allo spritz, ai soft drink, alle bollicine. Richiesto il vino: il bianco, le bollicine, il rosso. I cocktail ci sono, ma leggeri. La logica del consumo è completamente diversa rispetto alla serata: si beve per accompagnare, non per arrivare da qualche parte. Direi che siamo intorno a un 50-50 tra alcolico e non alcolico, e la componente no e low alcohol sta crescendo in modo molto evidente.

Come funziona 10 AM come format? È replicabile?

È nato come evento itinerante - ogni domenica in una location diversa, dalle piccole caf-

fetterie alle grandi venue come il Mercato Centrale o i locali con spazi diurni - e continuerà a esserlo, perché la rotazione è parte del valore. Ma il format è strutturato e trasferibile: chi

sonora, fotografo e videomaker inclusi. Il brand rimane coerente, ovunque vada. Abbiamo già esportato il format a Marsala a Pasquetta. Le richieste arrivano da Roma, Firenze, Bergamo, Po-

Lo capisco da quello che vedo sul campo. Non è la curiosità dei primi mesi, siamo già oltre. È diventato un appuntamento atteso, un rituale. Le persone tornano, portano ami-

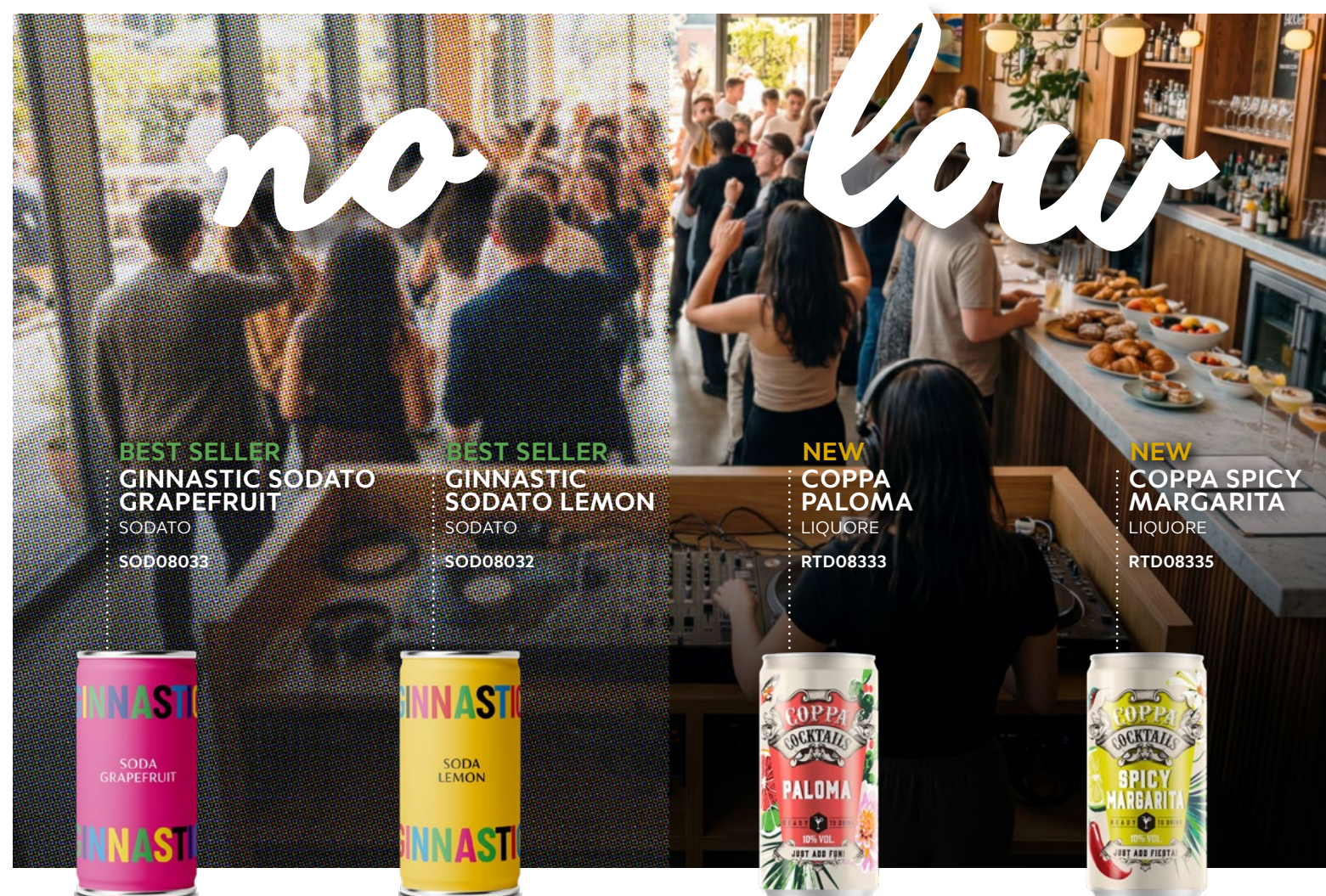
“IL MORNING CLUB ESISTE NEL NORD EUROPA DA OLTRE DIECI ANNI. LONDRA, BERLINO, AMSTERDAM LO CONOSCONO BENE”

vuole portarlo nella propria città o nel proprio locale si mette in contatto con noi, noi forniamo le linee guida comunicative, grafiche e musicali, mandiamo un DJ in linea con la nostra identità

tenza. Siamo diventati, di fatto, il marchio di riferimento del morning club in Italia.

Ultima domanda. Moda passeggera o formato destinato a restare?

ci, portano i figli. La domenica mattina stava aspettando solo che qualcuno le desse una forma. Noi l'abbiamo data. Il resto del mercato, credo, sta cominciando ad accorgersene. ■



BEST SELLER
GINNASTIC SODATO
GRAPEFRUIT
SODATO
SOD08033

BEST SELLER
GINNASTIC SODATO
LEMON
SODATO
SOD08032

NEW
COPPA
PALOMA
LIQUORE
RTD08333

NEW
COPPA
SPICY MARGARITA
LIQUORE
RTD08335



UNDERBERG

180 ANNI DI UN CULTO IN MINIATURA

NEW
UNDERBERG ESPRESSO
HERBTINI 3X20 ML
BITTER
BIT08342



INTERVISTA DI
AZZURRA
FERMO

C'è qualcosa di immediatamente riconoscibile in quella bottiglietta monoporzione, avvolta nella sua carta inconfondibile. Un oggetto di culto, con la sua comunità di fedeli e i suoi rituali celebrativi, rigorosamente documentati. È la bottiglietta di Underberg che, quest'anno, nel 2026, compie 180 anni.

Un traguardo che poche aziende al mondo possono permettersi di vantare. 180 anni di storia ininterrotta, governati sempre dalla stessa famiglia, dalla stessa filosofia e, soprattutto, dalla stessa formula segreta. Una formula che non è mai stata messa per iscritto. Ma trasmessa a voce, da persona a persona, soltanto a chi ha guadagnato la fiducia incondizionata della famiglia.

Incontriamo il nuovo custode di quel segreto: il Dr. Ludwig Ruder, dal 2025 depositario della ricetta, rappresentante della sesta generazione della famiglia Underberg e, dal 2024, nel consiglio di sorveglianza dell'azienda di Rheinberg, in Renania.

Per capire cosa rende Underberg irripetibile, bastano quattro numeri: 43, 44, 45, 46, che queste pagine sveleranno. Insieme ad altre due cifre, quelle "fortunate" per il nostro interlocutore. Sei numeri che raccontano un universo: tradizione, artigianalità, radicamento nel territorio. Perché, tra quelle 43 provenienze, figura anche un'erba autoctona esclusiva della Renania, la stessa terra in cui tutto è cominciato e dove tutto ancora accade.

Nato come digestivo corroborante, Underberg è diventato, nel tempo, un fenomeno culturale. Che il recente lancio dell'UEH, nuovo, irrinunciabile drink, ha ulteriormente alimentato.

Underberg, qual è la storia dietro al brand?

Riassumere 180 anni di storia aziendale e del brand, in poche parole, è una grande sfida. In generale, era importante per il mio avo, fondatore, produrre un elisir che garantisse ai clienti e ai consumatori qualità ed efficacia costantemente elevate. In questo contesto, la mia famiglia si è sempre concentrata

e prodotte con cura dal 1846. È facile ricordare ciò che ci distingue come Azienda: competenza erboristica, tradizione, naturalezza e una comunità appassionata e creativa.

I miei numeri fortunati personali sono 24 e 25: dal 2024 sono responsabile della sesta generazione della mia famiglia nel consiglio di sorveglianza e,

Underberg è supportato da una comunità molto forte. Questa comunità è diversa da quelle di altri brand e se sì, perché?

Permettetemi di dirlo così: se a qualcuno piace davvero Underberg, i suoi amici e familiari lo sapranno. Nella nostra comunità ci identifichiamo profondamente con Underberg: è una celebrazione del brand e uno specchio della nostra persona-

“NATO COME UN CORROBORANTE ORA È UN PRODOTTO DI CULTO. UEH: UNDERBERG ED ESPRESSO CAFFÈ”

sul benessere di chi ha scelto Underberg e sul mantenimento di stretti rapporti con i propri clienti. Inoltre, dal 1846, l'azienda, che è sempre rimasta a conduzione familiare, è sinonimo di piacere, convivialità, innovazione e imprenditorialità responsabile in tutto il mondo.

Dal 2025 lei è anche custode del segreto della ricetta erboristica di Underberg. Come si decide a chi affidare una responsabilità così grande?

Per Underberg, il segreto viene tramandato solo oralmente, questo riflette l'integrità, l'umiltà e la visione a lungo termine del custode. Con l'obiettivo di salvaguardare questo segreto vitale, la mia famiglia ha scelto consapevolmente di non conservarlo in una cassaforte. Crediamo che la soluzione migliore sia affidarla solo a membri del nostro lignaggio e a religiosi di fiducia.

Dr. Ruder, mi può spiegare Underberg in 30 secondi?

Posso farlo in meno di 30 secondi con quattro numeri: 43, 44, 45, 46 erbe da 43 paesi, estratte in alcol al 44% vol, da gustare al meglio a 45 gradi,

dal 2025, conosco il segreto di Underberg. È sia un onore che una responsabilità.

Ha assistito al lancio dell'UEH. Potrebbe spiegarci brevemente il prodotto e la sua importanza come pietra miliare nella storia dell'azienda?

È solo il secondo prodotto in 180 anni di storia aziendale a portare il nome "Underberg", non si può parlare di pietra miliare più grande di così. (ride) Per me l'Underberg Espresso Herbtini è l'innovazione chiave del portfolio. Una fusione perfetta: Underberg ed Espresso, due grandi classici molto apprezzati, uniti in un'unica bevanda. Entrambi complessi, intensi, amari e potenti. Quello che è iniziato come un'edizione limitata nel 2023 ha ampliato e approfondito il brand Underberg e la sua lunga tradizione. Pur riscontrando momenti di consumo simili, dopo un buon pasto o in buona compagnia, l'Underberg Espresso Herbtini risulta spesso più attraente per i consumatori più giovani. Sono attratti dal profilo aromatico più accessibile, apprezzano l'effetto stimolante e scoprono il potere delle erbe.

lità. Alcuni di noi hanno il famoso cinturone porta-bottigliette appeso in cantina, sognano di possedere un XXL Herbal Truck o, soprattutto, i fan più giovani, indossano con orgoglio il nostro merchandising, come la felpa con cappuccio.

In alcuni paesi Underberg è diventato un vero e proprio culto, con rituali di consumo quasi cerimoniali. Qual è il rituale più curioso che le è stato raccontato?

Personalmente, mi piace molto il modo in cui molti scandinavi vivono Underberg. Trascorrono spesso del tempo all'aperto e, in queste occasioni, Underberg fa parte del loro kit di sopravvivenza, insieme alla borraccia d'acqua e alle torce elettriche. Per esempio, dopo aver scalato una montagna, festeggiano in vetta con un Underberg. In grande stile, con la bottiglietta piegata a 45 gradi, con una foto come prova, che spesso finisce nella nostra community di Rheinberg e viene condivisa all'estero.

E quale rituale funziona meglio in tutto il mondo?

Probabilmente, sarà sempre l'Originale: dopo un buon pasto. ■

Brunch E PIATTINI



CLICCA E
ASCOLTA
L'ARTICOLO



INTERVISTA A
**CESARE
MURZILLI**



Nel quadrilatero della moda milanese, a due passi da via Montenapoleone, c'è un indirizzo che la domenica si trasforma in qualcosa di difficile da classificare. Non è un brunch nel senso comune del termine. È un'esperienza gastronomica

costruita nel tempo da uno chef pâtissier che ha fatto, della pasticceria d'autore, il cuore pulsante di un hotel cinque stelle con il DNA di Ferragamo. Il Portrait Milano ha trovato nel brunch domenicale uno dei suoi biglietti da visita più riconoscibili. Al centro di tutto c'è Cesare Murzilli.

Un percorso articolato, costruito con metodo

«Il lavoro è stato molto lungo» racconta Murzilli. «Abbiamo iniziato con la colazione, poi abbiamo lavorato su tutto il mondo del servizio. Dopo tre anni siamo arrivati a introdurre il brunch». Non una decisione improvvisata, ma il risultato di un'evoluzione consapevole: un buffet di sfogliati dolci imponente, piatti semplici che richiamano la tradizione italiana e, fin dall'inizio, una visione molto chiara sul ruolo del caffè. Perché Murzilli sul caffè è, come lui stesso ammette, «molto fissato, malato», nel senso che studia, si documenta, assaggia,

abbina. Non è il caffè come chiusura di pasto. È materia prima con la stessa dignità del cioccolato di copertura o della farina macinata a pietra.

La partnership con 1895 Coffee Designers by Lavazza

È in questo contesto che si inserisce la collaborazione con 1895 Coffee Designers by Lavazza, il brand di specialty coffee ad altissimo profilo della casa torinese, che ha eletto il Portrait Milano come uno dei propri locali di riferimento. «Con 1895 Coffee Designers by Lavazza ho trovato una bellissima sinergia per cercare qualcosa di nuovo e proporre abbinamenti che non ci si aspetta. Non solo lo faccio bere, lo propongo nel dessert stesso.»

Il rapporto va ben oltre la semplice fornitura. Al Portrait esiste quella che Murzilli chiama, con un'espressione rivelatrice, l'enoteca del caffè: blend a edizione limitata, referenze selezionate, caffè serviti con

**BEST SELLER
NEW
CARLO ALBERTO
WHITE
VERMOUTH**
VER04981-01



“IL BRUNCH
CHE HA FATTO
SCUOLA
E IL CAFFÈ
CHE LO HA
CAMBIATO”



ghiaccio nel bicchiere da whisky. Un linguaggio da sommelier applicato alla tazzina. L'episodio del Flor de Oro è emblematico: «Un caffè dalla beva pazzesca, con sentori di fava tonca. L'ho abbinato con uno sfogliato salato e vegetale, la dolcezza del caffè abbinata a un prodotto salato. Funzionava benissimo». Il caffè specialty, con la sua complessità aromatica, si comporta come un vino bianco strutturato a tavola e, al Portrait, viene trattato di conseguenza.

Dal carrello delle undici alle sedici: un fil rouge che dura tutto il giorno

Il brunch del Portrait è costruito attorno a un principio preciso: «Facciamo tantissime cose a passaggio». Non un pasto statico, non un buffet da saccheggiare in autonomia. È un ritmo, una sequenza pensata per coinvolgere l'ospite dalla colazione fino alle sedici. Si arriva al pranzo con il carrello degli specialty coffee serviti al tavolo e raccontati uno

a uno, poi il Bloody Mary, poi la cheesecake. Al buffet, una figura di pasticceria dedicata non si limita a rimpiazzare i vassoi: racconta la mignon della settimana, il prodotto del momento, la storia dietro a quello che si mangia. Anche con ironia, quando, a carnevale, abbiamo proposto le frappe, ogni quarto d'ora sostituiamo il cartellino con il loro nome locale, e diventavano, quindi, chiacchiere, poi galani, poi lattuga... Inoltre, ogni quindici giorni cambia il dolce regionale, a passaggio - dal cannolo al babà, alle ferratelle abruzzesi di Murzilli - trasformando ogni visita in un piccolo viaggio nella tradizione dolciaria italiana.

Una pasticceria più leggera, senza perdere il gusto

C'è un cambiamento profondo in atto, nella pasticceria contemporanea, e Murzilli lo interpreta con equilibrio. Meno zucchero, più leggerezza, attenzione agli stili di vita, senza rinunciare alla golosità. «Gio-

chiamo sulle strutture, sugli abbinamenti, sulle intensità diverse. Si parte da un croccante alla base con un sentore di caffè, fino ad arrivare a un caramello molto intenso». In hotel, dove il consumo di dessert è alto e la clientela esigente, c'è spazio per sperimentare e raccogliere feedback direttamente al tavolo. Il tiramisù, ammette con una risata, continua a vincere su tutto. Ma il percorso è tracciato: «Si fa un dessert goloso, ben equilibrato, e si vince sempre».

Low alcol e specialty coffee: la nuova coppia del brunch

Con il consumo di alcol sempre più orientato verso scelte consapevoli, il Portrait ha costruito una risposta di livello: il caffè specialty come protagonista del pomeriggio, abbinato a una merenda dolce-salata che porta il brunch fino alle sedici. Non un ripiego, ma un'alternativa costruita con la stessa cura di una carta dei vini. 1895 Coffee Designers by Lavazza, con

le sue referenze d'eccellenza, è il partner naturale di questa visione: specialty coffee serviti come si servirebbe un distillato raro, in abbinamento a piccole proposte salate pensate per chi vuole continuare a godere dell'esperienza senza alzare il grado alcolico.

Materia prima: il contesto che permette tutto

Dietro alla qualità c'è una rete di fornitori costruita con cura. Latte acquistato a una ventina di minuti da Milano, da Salvaderi, piccola azienda che produce il latte di una volta. Mozzarella di bufala da Cremona, stracchino da Abbiategrasso. «Il contesto cinque stelle mi permette di usare una materia prima di livello, lavorare con piccoli produttori, dare loro dignità e raccontare quello che fanno».

Un ecosistema in cui qualità, narrativa e contesto si sostengono a vicenda. ■

Selezione, varietà, dettaglio

IL BRUNCH SI DEGUSTA, DAL CAFFÈ AL VINO



WINE IS LANGHE ROSATO DOC
VINO
VIN0532

WINE IS KLAR
VINO
VIN0534



WINE IS DOLCETTO D'ALBA DOC
VINO
VIN0533



BEST SELLER
MATCH TONIC MEDITERRANEAN
SODATO
SOD07575



1895 COFFEE DESIGNERS BY LAVAZZA A DISPENSA, TORINO

Il legame tra il Portrait Milano e 1895 Coffee Designers by Lavazza guarda anche oltre Milano. Tra i pochi selezionatissimi riferimenti in tutto il mondo, il brand sarà, presto, presente a Torino, in **Dispensa**, il salotto di Compagnia dei Caraibi alla Galleria San Carlo, uno spazio d'alto profilo che unisce

l'eccellenza della selezione CdC, di spirits e vini, alla gastronomia d'autore firmata dallo chef stellato **Costardi Bros**. Una presenza coerente con la vocazione di 1895 Coffee Designers by Lavazza: **portare la cultura del caffè specialty là, dove si parla seriamente di materia prima e ospitalità di qualità.**

COLLEZIONE ITALIA

Una selezione di prodotti pensati per interpretare il rituale dell'aperitivo italiano, espressione autentica di gusto, convivialità e stile di vita. Dalle note fresche e agrumate alle sfumature più intense e aromatiche, la gamma offre soluzioni versatili, adatte a ogni occasione. Perfetti per essere gustati lisci o come base per cocktail freschi e

autentici, questi prodotti si distinguono per equilibrio e qualità. Ideali per accompagnare piccoli assaggi o momenti di relax, esaltano la condivisione e il piacere dello stare insieme. Un invito a riscoprire il valore del tempo dedicato a sé e agli altri. Un'esperienza che va oltre il semplice bere, diventando cultura e rituale quotidiano.



BESTSELLER
SALVIA & LIMONE
LIQUORE
LIQ04245-01



BESTSELLER
MANFREDI AMARO RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07635



BESTSELLER
MANFREDI LIQUIRIZIA RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07636



MANFREDI SAMBUCA RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07638



MANFREDI ANICE RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07637



MANFREDI BERGAMOTTO RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07639



BESTSELLER
MANFREDI LIMONE RICETTA STORICA
LIQUORE
LIQ07640



BESTSELLER
WASHINGTON AMARO DI ARANCE ED ERBE
LIQUORE
LIQ07102-02



MERAVIGLIOSO SPIRITO AMARO
LIQUORE
LIQ07106-02



[CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA SELEZIONE](#)



COLLEZIONE | ITALIA

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



BESTSELLER
AMARETTO CLUB CORDIALE ITALIANO
LIQUORE
LIQ07968



BESTSELLER
GIOCONDO CAFFÈ CABARET
LIQUORE
LIQ07104



BESTSELLER
JEFFERSON AMARO IMPORTANTE
LIQUORE
LIQ04942



BESTSELLER
AMARO MANDRAGOLA
LIQUORE
LIQ05200



BESTSELLER
NEW
VILLA MASSA LIMONCELLO
LIQUORE
LIQ08257



NEW
VILLA MASSA AMARETTO
LIQUORE
LIQ08259



BESTSELLER
ROGER AMARO TENERE SOTTO BANCO
LIQUORE
LIQ07215



BESTSELLER
MADAME MILÙ DA BERE AL BISOGNO
LIQUORE
LIQ05859



BESTSELLER
ABRACADABRA LIQUIRIZIA VENDUTA
IN TUTTO IL MONDO
LIQUORE
LIQ06378



BESTSELLER
SABATINI
GIN
GIN07697



GIL THE AUTHENTIC RURAL GIN
GIN
GIN07216



BESTSELLER
SABATINI 00 | ALCOHOL FREE
LOW
LOW07701



INTERVALLO AMARO DA SALOTTO
LIQUORE
LIQ06499



DOPOLAVORO ESERCIZIO DA BERE
LIQUORE
LIQ06507



FRACT AMARO SERALE
LIQUORE
LIQ05456-01

I DISTILLATI ASIATICI CHE CONQUISTANO I MERCATI GLOBALI

SHOCHU

soju

NEW
IICHIKO
SHINWA
SHOCHU

SHO08204

NEW
IICHIKO
SAITEN
SHOCHU

SHO08205

NEW
IICHIKO
SANWA
SHOCHU

SHO08237

“A DIFFERENZA DI WHISKY,
GIN O VODKA, IL SHOCHU
SCEGLIE UNA VIA PIÙ
EQUILIBRATA”



DI
MEGUMI
UEDA

Nel panorama degli spirits asiatici, due distillati raccontano identità culturali profonde e tradizioni produttive uniche: iichiko, espressione raffinata dello shochu giapponese, e Tokki, interpretazione contemporanea del soju coreano. Pur

condividendo una base comune fatta di fermentazione e distillazione, questi prodotti si distinguono per materie prime, tecniche e profili sensoriali.

Entrambi riflettono un forte legame con il territorio e una

crescente attenzione alla qualità e all'artigianalità. In questo articolo esploreremo cosa li rende unici, mettendo in luce differenze e affinità senza gerarchie, ma con lo sguardo aperto su due mondi paralleli che meritano di essere scoperti e valorizzati.

IICHIKO LO SPIRITO GIAPPONESE CHE PORTA NUOVA ARMONIA NELLA CULTURA CONTEMPORANEA DEL BERE

Ci sono bevande che si consumano, e poi ci sono quelle che raccontano un territorio, una cultura, un modo di vivere. Il shochu appartiene senza dubbio a questa seconda categoria. E quando nasce dalle mani di un produttore come iichiko, il racconto diventa ancora più ricco.

Distillato per secoli nella quotidianità del Giappone, il shochu è stato a lungo compagno discreto dei pasti, presenza costante negli izakaya e simbolo di una convivialità semplice e autentica. Oggi, però, questo spirito sta vivendo una nuova fase. Al centro di questa evoluzione c'è proprio iichiko, marchio che sta contribuendo a portare il fascino dei distillati giapponesi oltre i confini nazionali.

L'essenza di iichiko: semplicità, artigianalità e territorio

Prodotto da Sanwa Shurui nella Prefettura di Oita, iichiko nasce dall'uso di orzo locale – come la varietà Nishinohoshi – e dalla tradizionale fermentazione con koji. Un approccio che riflette perfettamente il concetto giapponese di fudo (風土): l'armonia tra clima,

acqua e suolo. Il risultato è un distillato che diventa espressione liquida del luogo da cui proviene.

A differenza di whisky, gin o vodka, spesso protagonisti decisi nel bicchiere, il shochu sceglie una via più equilibrata. Non invade, accompagna. Non sovrasta, sostiene. Nel suo profilo pacato si nascondono sfumature delicate, note di umami e una profondità sorprendente, capaci di inserirsi con naturalezza in qualunque momento di consumo.

Cosa rende unico il shochu

Pur ricordando visivamente altri distillati chiari, il shochu si distingue per caratteristiche decisamente diverse. Può essere prodotto da orzo, riso, patata dolce o zucchero di canna, e la materia prima lascia un'impronta marcata nel gusto.

La procedura di fermentazione con koji e la scelta della distillazione singola sono elementi fondamentali: mentre molti distillati necessitano di più passaggi per aumentare la gradazione alcolica, il shochu ottiene un profilo aromatico più pieno e autentico proprio grazie all'in-

tervento del koji. Il risultato è un distillato morbido, aromatico e ricco di personalità. Il Shochu, in particolare, fa emergere con chiarezza le caratteristiche dell'ingrediente di base, offrendo una bevuta sorprendentemente complessa.

Shochu e soju: somiglianze apparenti, differenze profonde

Il paragone con il Soju coreano è inevitabile, ma fuorviante. Il shochu tradizionale è distillato una sola volta e preserva la voce delle sue materie prime; ha una gradazione di solito tra il 20 e il 25% e una struttura aromatica stratificata.

Il soju moderno invece deriva spesso da alcool neutro diluito ed è pensato per un consumo immediato, quotidiano, più semplice e diretto. Negli ultimi anni anche il soju sta vivendo una riscoperta artigianale, ma il shochu mantiene una specificità e una profondità che lo rendono distinto e riconoscibile.

Le due anime di iichiko: Saiten e Shinwa.

iichiko Saiten – l'audacia di un nuovo linguaggio

Pensato per la mixology internazionale, Saiten segna una nuova direzione per il shochu.

Imbottigliato al 43% e prodotto con il 100% di koji, rivela note tostate e un profilo aromatico complesso, grazie anche a un blend studiato di diversi distillati.

Ha una presenza forte, che si esprime perfettamente nei cocktail senza perdere finezza. È ricco, strutturato, con un finale asciutto che apre infinite possibilità creative.

iichiko Shinwa – eleganza e tradizione

Shinwa rappresenta la quintessenza del shochu classico.

Elegante, morbido, bilanciato, con una dolcezza gentile e un finale pulito, è un distillato che invita alla calma e accompagna il cibo con naturalezza.

Anche nei cocktail si comporta con discrezione e armonia: unisce gli ingredienti, non li sovrasta.

Dalla tradizione giapponese ai cocktail bar del mondo

Il shochu è sempre stato il distillato della convivialità quotidiana giapponese.

Oggi, però, la cultura del bere sta evolvendo, e iichiko ne è protagonista. Da New York a Londra, da Singapore a Melbourne, bartender d'élite stanno scoprendo il potenziale di questo distillato tanto particolare quanto versatile.

Ma qual è il suo segreto?

La capacità di aggiungere profondità senza aggredire, di armonizzare gli ingredienti con un tocco silenzioso ma inconfondibile.

Con gli agrumi smussa l'acidità, con le erbe esalta l'aroma, in un semplice highball lascia una nota di umami che invita al secondo sorso.

In un mondo che celebra l'intensità, il shochu propone un'estetica diversa: quella della delicatezza che lascia spazio, della complessità che si scopre lentamente, dell'armonia che nasce dall'incontro.

Tradizione e innovazione possono convivere. iichiko lo dimostra ogni giorno: non cambia il tuo cocktail. Ne esalta l'essenza. ■



NEW
IICHIKO
SPECIAL
SHOCHU

SHO08239



NEW
IICHIKO
FRASCO
SHOCHU

SHO08238

TOKKI SOJU

L'ELEGANZA CONTEMPORANEA DI
UN'ANTICA TRADIZIONE COREANA

CLICCA E
ASCOLTA
L'ARTICOLO



DI
**FRANCESCO
ANIMOBONO**

Nel mondo degli spirits, dove la tradizione incontra sempre più spesso la sperimentazione, TOKKI Soju emerge come un progetto che racconta una storia di cultura, intuizione e visione internazionale. Al centro di questo racconto c'è Brandon Hill, master distiller e fondatore del brand, capace di reinterpretare uno dei distillati più iconici della Corea con uno sguardo moderno e sofisticato.

Tutto ha inizio nel 2011, quando Hill vive in Corea e si avvicina all'arte della produzione del soju, apprendendone tecniche e filosofia. Un'esperienza che si rivela decisiva: una volta trasferitosi a New York, nel cuore pulsante di Brooklyn, continua a lavorare come distillatore, dedicandosi a whiskey e rum. Ma è proprio lì, tra fermenti creativi e contaminazioni gastronomiche, che prende forma un'intuizione destinata a cambiare il suo percorso.

In quegli anni, New York si afferma come una vera e propria capitale della cucina coreana contemporanea. Ristoranti di alto livello iniziano a ottenere riconoscimenti prestigiosi, tra cui le ambite stelle Guida Michelin, portando la gastronomia coreana su un palcoscenico globale. Tuttavia, mancava ancora qualcosa: il giusto accompagnamento nel bicchiere.

Negli Stati Uniti, infatti, l'unico soju facilmente reperibile era quello industriale, spesso riconoscibile dalle iconiche bottiglie verdi, ma distante dalla qualità e dalla profondità necessarie per accompagnare una cucina così raffinata. Di conseguenza, molti ristoranti erano costretti a ripiegare su carte dei vini per creare abbinamenti adeguati.

La svolta arriva quando un ristorante coreano di Brooklyn

“OGGI TOKKI SOJU
RAPPRESENTA MOLTO PIÙ
DI UN SEMPLICE DISTILLATO:
È IL PONTE TRA TRADIZIONE
E INNOVAZIONE,
TRA COREA E OCCIDENTE,
TRA PASSATO E FUTURO”



NEW
TOKKI SOJU
GRAY LABEL
SOJU
SOJ08395

chiede a Hill di creare un soju tradizionale, autentico e all'altezza della propria proposta gastronomica. È in quel momento che il mercato si rivela in tutta la sua evidenza. Da questa esigenza nasce TOKKI Soju: un distillato pensato per riportare il soju alle sue radici, elevandolo al contempo a standard contemporanei.

Anche il nome racchiude una storia significativa. "Tokki" significa "coniglio" in coreano e richiama direttamente il 2011, anno in cui Hill viveva in Corea e che, secondo il calendario zodiacale, è proprio l'Anno del Coniglio.

Un simbolo di intuizione, agilità e rinascita, perfettamente in linea con lo spirito del brand.

Il design, essenziale ma ricco di carattere, è stato ideato dallo stesso Hill, che prima di dedicarsi alla distillazione lavorava come graphic artist. Un dettaglio che aggiunge ulteriore profondità al progetto, rendendo TOKKI non solo un prodotto, ma un'espressione completa di creatività.

Oggi TOKKI Soju rappresenta molto più di un semplice distillato: è il ponte tra tradizione e innovazione, tra Corea e Occidente, tra passato e futuro.

Una storia che dimostra come, a volte, le idee migliori nascano proprio dall'incontro tra culture diverse e da una domanda semplice ma potente: "E se potessimo fare meglio?" ■



NEW
TOKKI SOJU
BLACK LABEL
SOJU
SOJ08396

Togouchi

IL WHISKY DELL'ASCOLTO



ANDREA
POTENZA

In Giappone esiste un concetto estetico difficile da tradurre con una sola parola: **ma** (間). Non indica semplicemente il vuoto, ma lo spazio tra le cose. La pausa tra due note musicali, il silenzio tra due gesti, il tempo necessario, perché, ciò che accade, possa davvero prendere forma. È in quello spazio che nasce l'armonia.

Molti whisky cercano di imporsi fin dal primo istante: intensità, struttura, presenza immediata. Altri scelgono una strada più sottile: costruire profondità attraverso equilibrio, precisione e capacità di rivelarsi gradualmente.

Togouchi appartiene a questa seconda filosofia. È un whisky che punta sulla misura, sul guidare il palato con discrezione. Un invito ad ascoltare con presenza. La stessa che si ritrova in certi rituali giapponesi, dove nulla è

superfluo e ogni dettaglio contribuisce all'esperienza.

Delle sette bottiglie della sua linea principale, la sua referenza più richiesta, la **Togouchi Premium**, si annuncia già nel colore: paglierino chiaro, luminoso, segno di un legno discreto e di una maturazione pensata per restare nel registro light & clean. Al naso, è pulita e gentile: cereale, miele leggero, agrumi, un accenno di vaniglia. In bocca si apre con calma: malto, freschezza agrumata, una dolcezza che

bevibilità. **"Ma"**, appunto. Non ciò che riempie, ma ciò che permette alle cose di stare insieme.

Quando "Japanese Whisky" significa davvero Giappone

Equilibrato ed elegante, Togouchi rappresenta una delle espressioni più interessanti del whisky giapponese contemporaneo, anche perché rientra tra i pochi prodotti che possono essere definiti pienamente **Japanese Whisky**: materie prime, distillazione, affinamento e blen-

cio attraverso espressioni diverse, che affiancano referenze più classiche a affinamenti particolari in botti ex rum, sake e birra, oltre a versioni più mature come il 9 e il 15 anni.

Alle spalle del brand c'è la **Sakurao Distillery**, realtà con oltre un secolo di storia nella regione di Hiroshima. Fondata nel 1918 come Chugoku Jozo e inizialmente dedicata alla produzione di sake e shochu, l'azienda ha evoluto nel tempo la propria identità, fino alla nascita della moderna Sakurao Distillery e al lancio del primo single malt Togouchi nel 2021. Anche il design della bottiglia richiama questa tradizione, ispirandosi ai recipienti storicamente utilizzati per l'invecchiamento dello shochu.

L'unicità di Togouchi: uno stile che non alza la voce

Il profilo di Togouchi riflette una scelta stilistica precisa:

“UN INVITO AD ASCOLTARE CON PRESENZA. LA STESSA CHE SI RITROVA IN CERTI RITUALI GIAPPONESI”

non insiste. In miscelazione dà il meglio di sé, perché non sovrasta: accompagna, lascia spazio e, allo stesso tempo, tiene. Ideale per drink netti, freschi, ad alta

ding avvengono interamente in Giappone, in linea con le linee guida della Japan Spirits & Liqueurs Makers Association. La gamma riflette questo approc-

sviluppare un whisky light and easy-drinking, volutamente distante dagli stili più potenti e marcatamente scotch-oriented. L'equilibrio, la freschezza e la

bevibilità non rappresentano un compromesso, ma una dichiarazione di stile.

La distilleria valorizza, inoltre, l'uso dell'orzo, incluso quello non maltato, per dare ai blend maggiore freschezza e note fruttate, contribuendo a definire un profilo aromatico distintivo.

È qui che Togouchi si distingue davvero: interpreta il whisky giapponese, oltre il semplice esercizio di precisione tecnica, come esperienza misurata, elegante ed essenziale.

Il tunnel di Togouchi- dove il whisky riposa nella montagna

Uno degli elementi più distintivi del brand è il luogo di maturazione. Il whisky affina, infatti, all'interno di un ex tunnel ferroviario situato tra le montagne della prefettura di Hiroshima, dove temperatura e umidità restano naturalmente costanti durante tutto l'anno. Questo ambiente consente un invecchiamento lento e controllato, con un impatto del legno più delicato e un profilo finale più equilibrato.

Il tunnel diventa, così, la traduzione fisica della filosofia di Togouchi: sottrarre rumore, lasciare spazio, per far emergere il distillato con precisione e misura.

L'estetica del listening bar

Questa sopraffina sensibilità offre un richiamo diretto al mondo dei **Japanese listening bar**, luoghi in cui il tempo rallenta e la musica diventa parte dell'atmosfera. Anche il modo di bere cambia: non più consumo rapido o ostentato, ma esperienza attenta.

Se Togouchi fosse un luogo, sarebbe una stanza raccolta, luci basse, vinili che scorrono, **crafted ice** per un highball servito in un Collins.

Per questo Togouchi non è soltanto un whisky giapponese. È una delle espressioni più compiute di un modo contemporaneo di intendere il whisky: meno basato sulla forza, più sull'armonia; meno sull'impatto, più sulla presenza.

E, forse, è proprio qui, che lascia il segno. Non nel gesto che si impone, ma in quello che resta. ■

BEST SELLER
NEW
TOGOUCHI
PREMIUM
WHISKY
WHI08383-A



NEW
TOGOUCHI
BEER CASK
WHISKY
WHI08381-A



NEW
TOGOUCHI
SAKE CASK
WHISKY
WHI08385-A



COLLEZIONE ORIENTE

Sapori e tradizioni dell'Oriente si incontrano in una selezione autentica, capace di raccontare culture millenarie attraverso il gusto.

Ogni proposta nasce da un equilibrio raffinato tra botaniche, spezie e tecniche di produzione tramandate nel tempo.

Un viaggio tra rituali antichi e

interpretazioni contemporanee, dove la qualità incontra la tradizione.

Ideali per degustazioni pure o per la miscelazione, questi prodotti offrono grande versatilità e carattere.

Una selezione pensata per chi ricerca autenticità, eleganza e nuove sfumature di gusto.



NEW
TUMUGI
SHOCHU



NEW
ICHIKO SANWA
SHOCHU
SHO08237



NEW
ICHIKO SAITEN
SHOCHU
SHO08205



NEW
ICHIKO SHINWA
SHOCHU
SHO08204



NEW
ICHIKO SPECIAL
SHOCHU
SHO08239



NEW
ICHIKO FRASCO
SHOCHU
SHO08238



NEW
TOKKI SOJU GRAY LABEL
SOJU
SOJ08395



NEW
TOKKI SOJU BLACK LABEL
SOJU
SOJ08396



NEW
KITAOKA HONTEN MATCHA SHU
SHOCHU
SHO08269



[CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA SELEZIONE](#)



COLLEZIONE | ORIENTE

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



NEW
KITAOKA HONTEN SHISO
SHOCHU
SHO08268



NEW
KITAOKA HONTEN SAKURA
SHOCHU
SHO08267



NEW
KITAOKA HONTEN TEARA HOJJI CHA
SHOCHU
SHO08266



BESTSELLER
SAKARI DAIGINJO (NO.12)
SAKE
SAK06738



BESTSELLER
SAKARI JUNMAI GINJO (NO.13)
SAKE
SAK06740



BESTSELLER
SAKARI JUNMAI (NO.14)
SAKE
SAK06741



NEW
SAKARI GARI SAKE (NO.23)
LIQUORE
LIQ08411



BESTSELLER
SAKARI MATCHA SAKE (NO.22)
LIQUORE
LIQ08016



BESTSELLER
SAKARI YUZU SAKE (NO.21)
LIQUORE
LIQ06742-01



SANTA MARIA CRYSTAL
RUM
RUM05469



SANTA MARIA GOLD
RUM
RUM05464



INDRI TRINI INDIAN
WHISKY
WHI06770-T



BESTSELLER
NEW
SAKARI WAKA UMESHU LIGHT
LIQUORE
LIQ08413



BESTSELLER
NEW
SAKARI WAKA UMESHU MELLOW
LIQUORE
LIQ08412



SAKARI JUNMAI DAIGINJO (NO.11)
SAKE
SAK06739



BESTSELLER
NEW
TOGOUCHI PREMIUM
WHISKY
WHI08383-A



NEW
TOGOUCHI BEER CASK
WHISKY
WHI08381-A



NEW
TOGOUCHI SAKE CASK FINISH
WHISKY
WHI08385-A



COLLEZIONE | ORIENTE

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



NEW
TOGOUCHI RUM CASK FINISH
WHISKY

WHI08384-A



NEW
TOGOUCHI PEATED
WHISKY

WHI08382-A



TOKINOKA
WHISKY

WHI04158-T



KENSEI PURE MALT 3 YO
WHISKY

WHI06380



SAIGON BAIGUR BLOSSOMING
DRAGON
GIN

GIN07781



BESTSELLER
SAIGON BAIGUR
GIN

GIN06893



TOKINOKA BLACK
WHISKY

WHI05497-T



TOKINOKA BLACK SHERRY CASK
FINISH
WHISKY

WHI06579-T



TOKINOKA BLACK SAKE CASK
FINISH
WHISKY

WHI07033-T



LAST EPISODE 0 - ELEGANT
GIN

GIN07108



CACAO ETHIQUE
GIN

GIN07109



SAKARI SHUKUGAWA
GIN

GIN07141



BESTSELLER
KENSEI
WHISKY

WHI07588



KENSEI
WHISKY

WHI07588-A



KENSEI SINGLE GRAIN
WHISKY

WHI06379



NEW
SONBI GIN

GIN08397

COLLEZIONE LATINO

Spiriti della tradizione latino-americana, autentica espressione di territori ricchi di storia, cultura e identità. Ogni distillato racconta un'origine precisa, fatta di materie prime uniche e saperi tramandati nel tempo. Dalle piantagioni di agave alle coltivazioni di canna da zucchero, nasce una varietà di profili intensi e distintivi. Queste referenze rappresentano un viaggio attraverso paesaggi e culture.

saggi, tradizioni e rituali antichi. Ideali per degustazioni pure o per la creazione di cocktail dal carattere deciso, offrono grande versatilità. Ogni sorso è un equilibrio tra artigianalità e autenticità, capace di evocare atmosfere lontane. Un patrimonio di gusto che unisce passione, identità e spirito di condivisione. Perché ogni distillato è, prima di tutto, una storia da raccontare.



SATVRNAL ACQUAVITE PLATANO
ACQUAVITE
AVT08090



CHARANÍ
CANE SPIRIT DRINK
CHR07113



LEY SECA
WHISKY
WHI07076



SIERRA NORTE RAINBOW
CEREAL SPIRIT DRINK
WHI07298



SIERRA NORTE 85% MAIZ AMARILLO
WHISKY
WHI06138



SIERRA NORTE 85% MAIZ MORADO
WHISKY
WHI06139



BESTSELLER
SAROCHE
COCUI
COC07958



BESTSELLER
CASCAHUIN BLANCO
TEQUILA
TEQ08045



BESTSELLER
CASCAHUIN TAHONA
TEQUILA
TEQ08048



CASCAHUIN PLATA
TEQUILA
TEQ08049



CASCAHUIN REPOSADO
TEQUILA
TEQ08046



CASCAHUIN ANEJO
TEQUILA
TEQ08047



[CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA SELEZIONE](#)



COLLEZIONE | LATINO

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



CASCAHUIN EXTRA ANEJO
TEQUILA
TEQ08050



BESTSELLER
OCHO PLATA
TEQ05996-01



OCHO REPOSADO
TEQUILA
TEQ05997-01



VECINDAD REPOSADO
TEQUILA
TEQ07367



BESTSELLER
DON MATEO CUPREATA
MEZCAL
MEZ07951



DON MATEO MANSO SAHUAYO
MEZCAL
MEZ07952



DON MATEO ALTO
MEZCAL
MEZ07950



DON MATEO PECHUGA
MEZCAL
MEZ07953



123 UNO ORGANIC BLANCO
TEQUILA
TEQ04944



LOS ARANGO BLANCO
TEQUILA
TEQ04566-01



EL LUCHADOR
TEQUILA
TEQ04947



BESTSELLER
APRENDIZ ESPADIN JOVEN
MEZCAL
MEZ07369



DON MATEO SILVESTRE
MEZCAL
MEZ07954



CRANEO
MEZCAL
MEZ05203



TIO PESCA ARROQUENO
MEZCAL
MEZ07382



TIO PESCA COYOTE
MEZCAL
MEZ07383



APRENDIZ TEPEZTATE-ESPADIN
JOVEN
MEZCAL
MEZ07368



BESTSELLER
YUU BAAL JOVEN
MEZCAL
MEZ04537



YUU BAAL JOVEN WILD ESPADIN
MEZCAL
MEZ05407



YUU BAAL PECHUGA
MEZCAL
MEZ07038



VAGO ELOTE BY HIJOS DE AQUILINO
MEZCAL
MEZ07691



VAGO MADRECUISHE BY EMIGDIO
JARQUIN
MEZCAL
MEZ07687



VAGO CUISHE BY EMIGDIO JARQUIN
MEZCAL
MEZ07690



VAGO BLACK LABEL BARRENO BY
EMIGDIO JARQUIN
MEZCAL
MEZ07689



COLLEZIONE | LATINO

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



DIXEEBE ARROQUENO
2ND EDITION
MEZCAL
MEZ08079



DIXEEBE SAN MARTINERO
1ST EDITION
MEZCAL
MEZ08083



DIXEEBE TEPEZTATE
4TH EDITION
MEZCAL
MEZ08082



DIXEEBE MEXICANO
1ST EDITION
MEZCAL
MEZ08081



DIXEEBE CHUPARROSA
1ST EDITION
MEZCAL
MEZ08080



DESERT DOOR
SOTOL
SOT06230



COYOTE TRIUNFO DEL DESIERTO
VIBORA
SOTOL
SOT07196



COYOTE TRIUNFO DEL DESIERTO
DURANGO
SOTOL
SOT06147



SEIS14 GRAND SOTOL JOVEN
SOTOL
SOT06205



NEW
EL PECHUGA DE IGUAÑA
AGAVE
MEZ08414



NEW
LA VUELTA SAN LUIS POTOSI
CAMPANILLA
AGAVE
GIN07198



VECINDAD DE MANUEL
SALCEDO MASCOTA JALISCO
RAICILLA
RAI07381-01



VECINDAD DEL TIO 100%
MAGUEY PAPALOTE VERDE
TOBALA - ALTO GRADO
AGAVE
AGA08035



VECINDAD DE MACARIO PARTIDA
TRIPLE DISTILLED ZAPOTITLAN
DEL BADILLO SOUTH OF JALISCO
AGAVE
AGA07388



ORO DE COYAME
SOTOL
SOT06203



RANCHO TEPUA LECHUGUILLA BLANCO
SOTOL
SOT08027



RANCHO TEPUA PALMILLA BLANCO
SOTOL
SOT08026



BESTSELLER
RANCHO TEPUA BLANCO
BACANORA
BAC08028



VECINDAD DE JAPO CABO
CORRIENTES JALISCO
AGAVE
AGA07387-01



VECINDAD DE ABEL BENITEZ
LAS CANOAS SOUTH OF JALISCO
AGAVE
AGA07386



CLANDE TAVI TORRES JOVEN 100%
AGAVE LOTE 5
LECHUGUILLA
SOT07003



CLANDE BIENVENIDO JOVEN
ENSAMBLE LOTE 8
SOTOL
SOT06932



SIGLO CERO
POX
POX06174



SATVRNAL GIN NO. 7
GIN
GIN08088



SATVRNAL GIN CASCAHUIN SINGLE
BARREL
GIN
GIN08089



SEIS14 GINTOL
GIN
GIN06204

COLLEZIONE ELEMENTO INDIGENO

C'è un vino per ogni storia non pianificata. La nostra selezione copre tutti i momenti di consumo, dal ristorante di carattere al wine bar di quartiere, dalla trattoria al calice della sera. Dall'enoteca alla bottiglia portata a casa di amici, dal pic-nic all'aperitivo improvvisato. Etichette

con identità chiara. La nostra selezione nasce dalla tradizione, da vigne, persone e territori che hanno qualcosa da raccontare. Vini che vivono nel presente: in ogni momento autentico, conviviale, inaspettato. Non per le grandi occasioni. Per quelle vere.



WINE IS KLAR
VINO
VIN0534



WINE IS LANGHE ROSATO DOC
VINO
VIN0532



WINE IS DOLCETTO D'ALBA DOC
VINO
VIN0533



MAISON ALTISOLIS BOURGOGNE
CÔTE D'OR
VINO
VIN0532-22



MAISON ALTISOLIS BOURGOGNE
HAUTES CÔTES DE BEAUNE ROUGE
VINO
VIN0531-23



SÉLÉNÉ BEAUJOLAIS BLANC
VINO
VIN0422-23



SÉLÉNÉ BEAUJOLAIS ROUGE
VINO
VIN0423-24



LA PETITE ODYSSEE VIN DE FRANCE
PETILLANT NATUREL ROSE
VINO
VIN0476-21



ANDI WEIGAND
LANDWEIN MAIN SILVANER
VINO
VIN0157-24



COSTADOR METAMORPHIKA VIOGNER
VINO
VIN0287-22



PU WINES SECANO INTERIOR YUMBEL
PAIS CHOIGUE
VINO
VIN0439-22



SERESIN MARLBOROUGH
SAUVIGNON BLANC
VINO
VIN0124-23



CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA SELEZIONE



COLLEZIONE | ELEMENTO INDIGENO

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



SERESIN BEAUTIFUL CHAOS
VINO

VIN0337-24



CLOS SANTA ANA COLCHAGUA VALLEY
VELO
VINO

VIN0092-19



CACIQUE MARAVILLA
DO YUMBEL VINO NARANJA
VINO

VIN0301-22



MASSIMO COLETTI PHOJA
PROSECCO DOC FRIZZANTE
VINO

VIN0525



DOMAINE LA SOUFRANDIÈRE VIN DE
FRANCE LA CARBONODDE CUVÉE ZEN
VINO

VIN0411-24



ZAHEL PÉT NAT
EIN WILDES GLÄSCHENN
VINO

VIN0381-22



BADENHORST FAMILY WINES SECATEURS
CHENIN BLANC
VINO

VIN0074-22



DOMAINE MITTNACHT FRÈRES
CRÉMANT D'ALSACE EXTRA BRUT
VINO

VIN0122-01



MASSIMO COLETTI MI, TI E MES AMIS
VINO

VIN0526



MASSIMO COLETTI L'OSIGO BOSCHERA
VINO

VIN0528



LA VEDETTA
LANGHE BIANCO
VINO

VIN0504-24



LA VEDETTA
BARBERA D'ASTI DCG SARASINO
VINO

VIN0500-23



DOMAINE MITTNACHT FRÈRES
AOC ALSACE LES FOSSILES
VINO

VIN0480-22



JAROSLAV OSICKA WINES
MORAVIAN RHAPSODY
VINO

VIN0496-22



KOLONNE NULL ROSE WEIN BIO
VINO

VIN0512



VECCHIO CONSORZIO 1953
VERDERAME 2022
VINO

VIN0519



LA VEDETTA
LANGHE DOC NEBBIOLO
VINO

VIN0499-24



STEFANO OCCHETTI
LANGHE DOC NEBBIOLO
VINO

VIN0485-24



STEFANO OCCHETTI
ROERO DOCG SANCHE
VINO

VIN0486-23



DOMAINE LA SOUFRANDIÈRE
BOURGOGNE ALIGATO ZEN
VINO

VIN0505-24



VECCHIO CONSORZIO 1953
CIAO TRUCCATO 2022
VINO

VIN0521



TENUTA IL NESPOLO
SPUMANTE BRUT ROSÉ
VINO

VIN0429-01



TENUTA IL NESPOLO
VINO BIANCO SAH!
VINO

VIN0428-24



TENUTA IL NESPOLO
BARBERA D'ASTI DCG TANTEVI
VINO

VIN0431-22



COLLEZIONE | ELEMENTO INDIGENO

CLICCA SUL QR CODE E SCOPRI TUTTA LA NOSTRA COLLEZIONE



AGRICOLA MILLAMI LAYLA INZOLIA
IGP TERRE SICILIANE
VINO
VIN0482-23



AGRICOLA MILLAMI
IL FOLLE ROSSO IGP TERRE SICILIANE
VINO
VIN0484-23



ROMAIN PETITEAU CATORPÉE
BLANC VIN DE FRANCE BLANC BIO
VINO
VIN0507-22



DOMAINE DES FRÈRES VIN DE FRANCE
VINO
VIN0529-23



CHAKANA WINES NUNA ROSE
VINO
VIN08317-24



CHAKANA WINES VALLE DE UCO
VIENTRE
VINO
VIN0096-22



PENINSULA VINICULTORES - MESTA
MESTA VERDEJO
VINO
VIN0238-24



PENINSULA VINICULTORES - MESTA
MESTA TEMPRANILLO
VINO
VIN0240-24



DOMAINE DES FRÈRES VIN DE FRANCE
LE PÉROU
VINO
VIN0425-22



CHÂTEAU DE CRANNE
BORDEAUX BLANC JARDINIER
VINO
VIN0363-24



CHÂTEAU DE CRANNE BORDEAUX
ROUGE DOMPTER LA BÊTE
VINO
VIN0362-22



CHATEAU DE CRANNE VIN DE FRANCE
ORANGE
VINO
VIN0365-24



PENINSULA VINICULTORES BIZKAIKO
TXAKOLINA
VINO
VIN0244-22



PENINSULA VINICULTORES VINO DE
MONTANA
VINO
VIN0242-21



CLARK ESTATE AWATERE VALLEY
CLASSIC RIESLING
VINO
VIN0202-19



CLARK ESTATE AWATERE VALLEY BLACK
BIRCH PINOT GRIS
VINO
VIN0203-23



KRÁSNÁ HORA WINERY PINK
VINO
VIN0324-21



BODEGA VINECOL - CHINCHERO
MENDOZA TORRONTES
VINO
VIN0027-24



BODEGA VINECOL - CHINCHERO
MENDOZA CABERNET SAUVIGNON
VINO
VIN0026-22



CHAKANA WINES NUNA SPARKLING
VINO
VIN0357-03



CLICCA SUL QR CODE
E SCOPRI TUTTI I
NOSTRI PRODOTTI
SU OROBORO.IT

INDICE ALFABETICO

DEI PRODOTTI PRESENTI NEGLI ARTICOLI

ACQUAVITE

SATVRNAL pag. [40/89](#)

AGAVE

VECINDAD pag. [40/92](#)
LA VUELTA pag. [92](#)

ARMAGNAC

BORDENEUVE pag. [51/61](#)

BACANORA

RANCHO TEPÙA pag. [93](#)

BITTER

FEE BROTHERS pag. [25/32/36](#)
JEFFERSON pag. [36](#)
ROUGE pag. [22/25/36](#)
UNDERBERG pag. [35/66](#)

CALVADOS

CHARLES DE GRANVILLE pag. [61](#)
COQUEREL pag. [36](#)

CACHAÇA

PITÙ pag. [22/27/39/52](#)

CANE SPIRIT DRINK

CHARANÍ pag. [89](#)

COCUY

SAROCHE pag. [89](#)

COGNAC

FERRAND pag. [36/51/61](#)

GIN

BLUECOAT pag. [63](#)
BOND STREET pag. [23/28](#)
BOSQUE pag. [45/53](#)
CACAO ETHIQUE pag. [87](#)
CANAIÌMA pag. [44/53](#)
CITADELLE pag. [27/48/53/63](#)
GIL pag. [63/75](#)
GINNASTIC pag. [48/52](#)
LAST EPISODE pag. [87](#)
MARTIN MILLER'S pag. [37/39/53](#)
MG pag. [23/27/37/53](#)
SABATINI GIN pag. [43/75](#)

SAKARI pag. [87](#)
SAIGON BAIGUR pag. [44/87](#)
SATVRNAL pag. [93](#)
SEIS 14 pag. [93](#)
SONBI GIN pag. [87](#)
WILD GARDEN pag. [27](#)
ZUIDAM pag. [37](#)

GINTOL

SEIS 14 pag. [93](#)

LIQUORE

ABRACADABRA pag. [74](#)
AMARETTO CLUB pag. [43/74](#)
ASTEROID pag. [35](#)
BERGAMOTTO FANTASTICO pag. [33/35](#)
DIAMANTE pag. [33/35](#)
DOPOLAVORO pag. [17/74](#)
DOG NOSE pag. [33/35](#)
FERRAND pag. [26/32/35/39](#)
FRACK pag. [17/74](#)
GIOCONDO pag. [43/74](#)
INTERVALLO pag. [74](#)
JEFFERSON pag. [56/74](#)
KOSKENKORVA pag. [21](#)
LICOR 43 pag. [53/65](#)
MADAME MILÙ pag. [56/74](#)
MANDRAGOLA pag. [17/75](#)
MANFREDI pag. [17/73](#)
MERAVIGLIOSO pag. [73](#)
MR. THREE & BROS pag. [31/35](#)
POIRES DE VIE pag. [21/51](#)
ROGER pag. [56/74](#)
SALVIA & LIMONE pag. [16/73](#)
SATHENAY pag. [16/26/35](#)
SAKARI pag. [84](#)
VALHALLA pag. [21/53](#)
VILLA MASSA pag. [46/75](#)
WASHINGTON pag. [43/73](#)

LOW

CITADELLE 0.0 pag. [37](#)
FINEST CALL pag. [20/28](#)
MARTIN MILLER'S ZERO pag. [53](#)
PITÙ pag. [53](#)
REÀL pag. [29/31/37](#)
SABATINI 0.0 pag. [75](#)

MEZCAL

APRENDIZ pag. [90](#)
DIXEEBE pag. [92](#)

DON MATEO pag. [91](#)
TIO PESCA pag. [91](#)
VAGO pag. [91](#)
YUU BAAL pag. [23/90](#)
PESCADOR DE SUEÑOS pag. [63](#)
VECINDAD pag. [27](#)

PORTO

QUINTA DAS CARVALHAS pag. [51](#)

POX

SIGLO CERO pag. [93](#)

RAICILLA

NINFA pag. [63](#)
VECINDAD pag. [92](#)

READY TO DRINK

COPPA pag. [29/64](#)
PITÙ pag. [29](#)

RUM

AGRICOLA DA MADEIRA pag. [52](#)
EL DORADO pag. [51/57/58/61](#)
LONG POND pag. [58](#)
LONGUETEAU pag. [37/39/52](#)
MONYMUSK pag. [58](#)
PALMARÈ pag. [21/53](#)
PAPILLON pag. [22/27/52](#)
PLANTERAY pag. [22/26/31/32/36/40/49/51/57/58/61](#)
PROHIBIDO pag. [52](#)
SAINT BENEVOLENCE CLAIRIN pag. [58](#)
SANTISIMA TRINIDAD DE CUBA pag. [22/27](#)
SANTA MARIA pag. [85](#)
TEPUY pag. [49/51/58](#)
VULCAO GROGUE pag. [52](#)

SAKE

SAKARI pag. [84](#)

SHOCHU

IICHIKO pag. [76/83](#)
KITAOKA pag. [83](#)

SODATO

AQUA MONACO pag. [28](#)
GINNASTIC pag. [28/64](#)
MATCH TONIC pag. [63/71](#)

SOJU

TOKKI pag. [78/83](#)

SOTOL

CLANDE pag. [92](#)
COYOTE pag. [93](#)
DESERT DOOR pag. [93](#)
ORO DE COYAME pag. [93](#)
SEIS 14 pag. [93](#)

TEQUILA

123 pag. [90](#)
CASCAHUÌN pag. [89](#)
KOMOS pag. [63](#)
EL LUCHADOR pag. [90](#)
LOS ARANGO pag. [90](#)
OCHO pag. [90](#)
VECINDAD pag. [23/27/90](#)

VERMOUTH DI TORINO

CARLO ALBERTO pag. [15/22/25/35/55/61/68](#)

VINO

ELEMENTO INDIGENO pag. [94](#)
WINE IS pag. [70/94](#)

VODKA

KEYRYE pag. [23/28](#)
KOSKENKORVA pag. [23/28](#)

WHISKEY

FEW pag. [63](#)
SIERRA NORTE pag. [89](#)
WIDOW JANE pag. [63](#)

WHISKY

& WHISKY pag. [62](#)
BM SIGNATURE pag. [61](#)
GLEN SCOTIA pag. [52/62](#)
KENSEI pag. [86](#)
INDRI pag. [85](#)
LEY SECA pag. [89](#)
LOCH LOMOND pag. [49/52/62](#)
MC CONNELL'S pag. [61](#)
THAT BOUTIQUE-Y pag. [62](#)
TOGOUCHI pag. [62/80/85](#)
TOKINOKA pag. [86](#)
WOWEN pag. [27/52/62](#)
ZUIDAM pag. [37](#)

CREDITS



CREATIVE PROJECT
AND PRODUCTION

ThinkingHat - Innovation Studio

EDITORIAL COORDINATOR

Marina Lanza

AUTHORS

Francesco Animobono

Noemi Dell'Agnello

Azzurra Fermo

Matteo Fornaro

Diego Melorio

Stefano Nincevich

Patrick Piazza

Andrea Potenza

Emanuele Russo

Penelope Vaglini

PHOTOGRAPHY

CiaoLardo Studio

PRINTING

Micrograf Srl - Mappano (TO)

SPECIAL THANKS

Ailime

NH Carlina

Dispensa Torino

Matteo Monfrinotti

Cesare Murzilli

1895 Coffee Designers By Lavazza

Tommi Chiogna

Raffaele Di Stasio

Dr. Ludwig Ruder

Megumi Ueda

COMPAGNIA
DEI CARAIBI



COMPAGNIA DEI CARAIBI S.P.A.
SOCIETÀ BENEFIT
www.compagnideicaraibi.com

P. IVA 09971520011 SDI A4707H7

SEDE LEGALE
Via Ribes, 3 - 10010 Colleretto Giacosa (TO)

SEDI OPERATIVE
Via Ribes, 3 - 10010 Colleretto Giacosa (TO)
Via Vittorio Alfieri, 11 - 10121 Torino

e-mail
info@compagnideicaraibi.com

CUSTOMER SERVICE

Il customer service è a tua disposizione:

• Chiamaci al **(+39) 0125 791104**
e segui le istruzioni della voce guida.

• Chatta con noi tramite **whatsapp** al
numero **(+39) 344 1511464** - l'assistenza è
disponibile dal lunedì al venerdì e dalle
9.00 alle 13.00 e dalle 14.00 alle 17.00

• Scrivi all'indirizzo di posta:
customerservice@compagnideicaraibi.com

OROBORO

STAGIONE 5

BEST SELLER
NEW

CARLO ALBERTO
RED

VERMOUTH

VER08029-01



COMPAGNIA DEI CARAIBI