

Bartales

Lo mejor de

N. 31 | NOVIEMBRE 2022

SUPLEMENTO DE BARTALES



APERITIVO PETRUS BOONEKAMP. TRADICIÓN FAMILIAR.



BLOOD SHAKEN

Blood Bitter Boonekamp 75 ml
técnica: shake and strain
Dec: brocheta con pepinillos
en escabeche

Bebe responsablemente. CafeStudio



BLOOD BITTER
DUTCH RED APERITIF
P. Boonekamp

El aperitivo holandés creado por el gran licorista Petrus Boonekamp revive en **Blood Bitter**. Un bitter de sabor aromático y sensual, obtenido de la infusión y destilación de unas 30 hierbas y especias de todo el mundo.

petrusbk.com



BCB BAR CONVENT BERLIN / 10. > 12. OCTUBRE 2022 / HALL 20 - STAND 20C28

CIEN DE ESTOS DÍAS

La edición italiana, la edición “madre” de “BarTales”, celebra cien ediciones, cien portadas. Hace diez años, ya que ése es el tiempo que ha transcurrido, nadie hubiera apostado por ello, sinceramente ni siquiera nosotros. Más allá de cierta satisfacción, me parece necesario tomarnos dos minutos de pausa para tomar un respiro y dar gracias. Ante todo al equipo; pequeño, compacto y resistente, en torno al cual rotaron inmediatamente expertos y colaboradores, que creyeron en un proyecto que podía parecer ambicioso y que mes tras mes ha consolidado un resultado que nos enorgullece. Juntos tratamos de brindar una información minuciosa y responsable. Juntos seguimos las tendencias, interceptamos las novedades, identificamos las direcciones de la nueva coctelería y de la cultura de los cocteles. Juntos hemos crecido y aceptado los desafíos. Sin ellos, “BarTales” no hubiera existido y mucho menos hubiera apagado las diez velas de un cumpleaños importante, a pesar de los tiempos difíciles. Dedicamos un sincero agradecimiento a todas las empresas que nos han apoyado. Sin nuestros colaboradores no habríamos llegado tan lejos y, obviamente, sin ustedes, lectores, ni siquiera podríamos imaginar las próximas ediciones, los especiales y los eventos que tenemos pensados. Ahora es el momento de soplar y desear un feliz cumpleaños a una revista que ha cruzado los Alpes y el océano. Que poco a poco fue creciendo casi sin que nos diéramos cuenta. Feliz cumpleaños, por muchos años más.

Follow us



BarTales
Lo mejor de N. 31 | NOVIEMBRE 2022

EDITORA EJECUTIVA

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

CORRECTOR DE ESTILO

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

DIRECTORA ARTÍSTICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

COLABORADORES

**Vittorio Brambilla, Alessandro Palanca,
Antonella Paolino**

TRADUCCIÓN REALIZADA POR

LMP International - Lonato (BS) Italy

EDICIÓN DIGITAL REALIZADA POR

SKILL LAB srl

(assistenza@s-lab.it)

Registro. núm.35 del 8/7/2013 Tribunal de Nápoles

www.bartales.it

© copyright

BARTALES – Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida de manera alguna ni mediante medio alguno. Cualquier violación será perseguida de conformidad con la ley.

Cualquier persona che reclame derechos de autor de fotografías no identificadas contacte con Bartales

BEBA DE MANERA RESPONSABLE



James Sceats

UN GIN CON BLASÓN

Historia del destilado “noble”
base del Aviation
Ahora en la versión más aromática

DE FABIO BACCHI

Hace años hablamos del Aviation y del Gin que Hugo Ensslin menciona en la receta publicada en su folleto “Recipes for Mixed Drinks”,

publicado entre 1916 y 1917 en dos ediciones diferentes. Ensslin, bartender alemán que trabajaba en el Wallick House Hotel de Nueva York en Times Square,

1852 Baptised at

St Barnabas Homerton



BAPTISMS solemnized in the Parish of <i>St Barnabas Homerton</i> in the County of <i>Middlesex</i> in the Year 18 <i>52</i>						
When Baptised.	Child's Christian Name	Parents Name.		Abode.	Quality, Trade, or Profession.	By whom the Ceremony was performed.
		Christian.	Surname.			
18 52. <i>Sept 7th</i> No. 577.	<i>Edward</i>	<i>William</i> <i>Stub</i>	<i>Hughes</i>	<i>Homerton</i>	<i>Ant. Motter</i>	<i>J. M. Ansell</i> <i>Curate</i>
<i>Sept 2nd</i> No. 578.	<i>Sydia</i>	<i>George</i> <i>Murrayson</i>	<i>Stewart</i>	<i>Homerton</i>	<i>Anthony</i> <i>Pike</i>	<i>J. J. Ansell</i>
<i>Sept 19</i> No. 579.	<i>Danu</i>	<i>Joseph</i> <i>Sumner</i>	<i>Scotia</i>	<i>Homerton</i>	<i>Gardener</i>	<i>J. M. Ansell</i> <i>Curate</i>

pertenecía a la generación que caracterizó la escena de la coctelería de esa época.

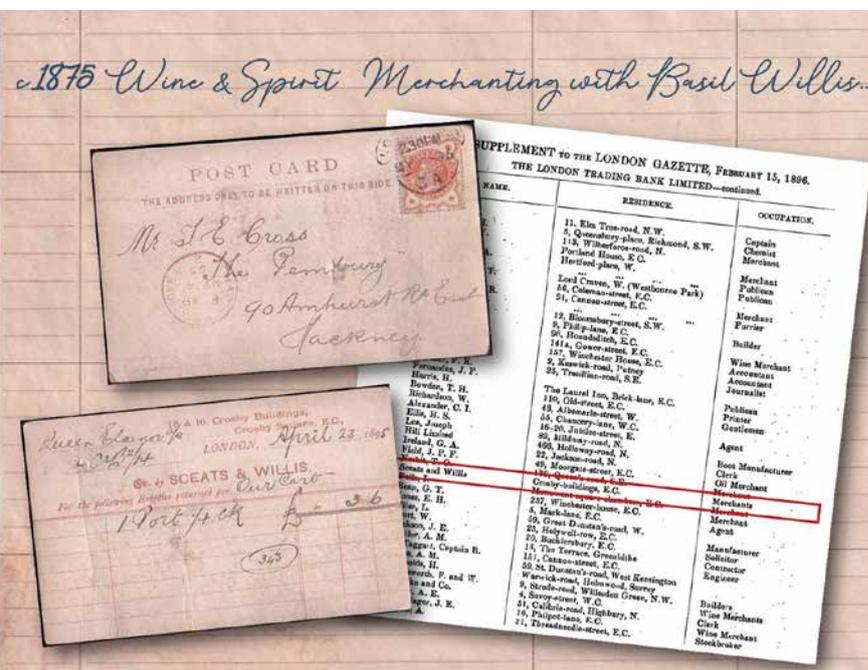
Nos complace volver al tema de El-Bart después de entrar en contacto casualmente con Peter y Austin Sceats, ingleses y descendientes directos de quien produjo por primera vez un Gin que pasó a la historia como El-Bart Gin. Una historia sumamente fascinante.

La aventura de El-Bart Gin está relacionada con la Camberwell Distillery Gin, en esa época ubicada en Addington Square, al sureste de Londres, y de propiedad de James Sceats. Pero comencemos desde el principio. Durante el segundo confinamiento tras la reciente pandemia mundial, Peter Sceats decidió utilizar el sitio web ancestry.com para dedicarse a investigar

el árbol genealógico de su familia. "En realidad, más por placer y sin tomarme muy en serio", declaró Peter.

Después de un mes de investigación y reconstrucciones genealógicas, Peter se enteró de su antepasado James Sceats, un artesano acomodado nacido en 1851 e hijo de Joseph.

Cuando era niño, James Sceats padeció de escarlatina, una enfermedad que le causó complicaciones durante su vida. Al concluir los estudios, el joven James decidió seguir los pasos de su padre Joseph, un experto tonelero. A los 19 años, James Sceats tenía su tienda en Little Pulteney Street (en la actualidad Brewer Street) en Soho. El padre de James y Austin Sceats guardaba una fotografía de James del año



sector, Basil Willis. Las oficinas de esta empresa estaban ubicadas en el Crosby Building en Bishopgate, Londres.

En 1898 se puso a la venta la Destilería Camberwell y los dos socios la compraron. Gracias a su proximidad a Camberwell Wharf y al Grand Surrey Canal (un canal que en esa época estaba conectado con el Támesis), la destilería tenía una ubicación perfecta. Los dos socios administraron juntos la destilería de Gin durante pocos años, hasta 1902, cuando la salud de James se deterioró.

Según algunos artículos históricos sobre la destilería, Sceats y Willis extraían residuos de alcohol de las barricas utilizadas en la destilería (grogging). Esta técnica, ilegal en el Reino Unido pero permitida en EE. UU., se utilizaba para recuperar alcohol destinado a la industria farmacéutica y no al consumo alimentario.

Por tanto ¿las consecuencias jurídicas causaron problemas económicos y jurídi-

1870 tomada precisamente en frente de la tonelería.

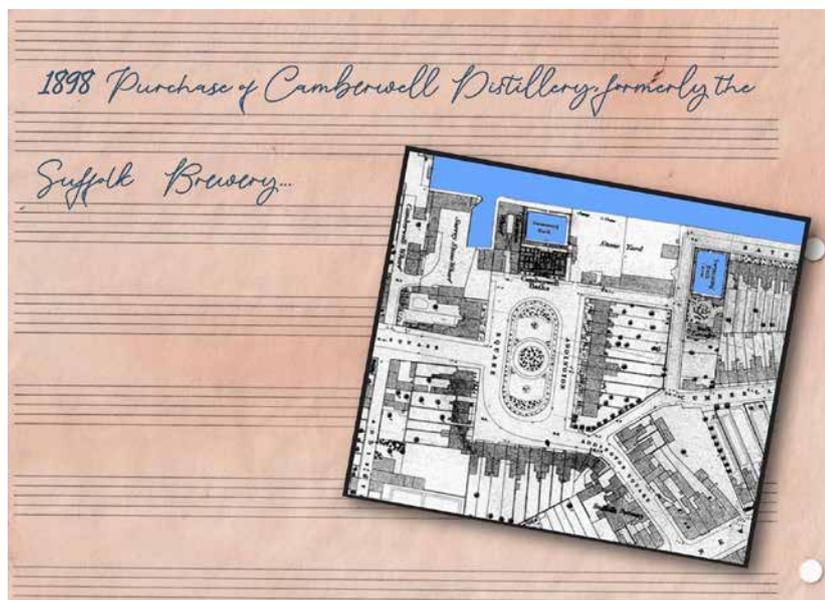
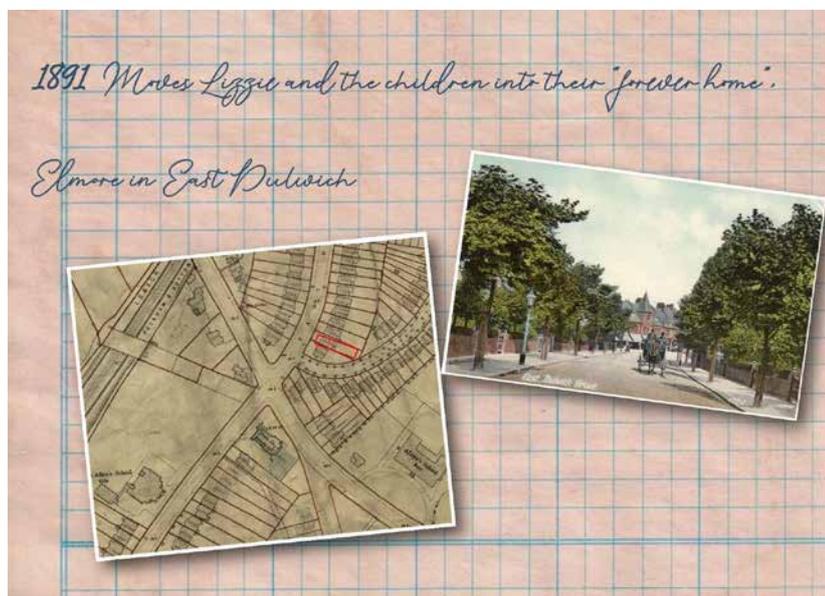
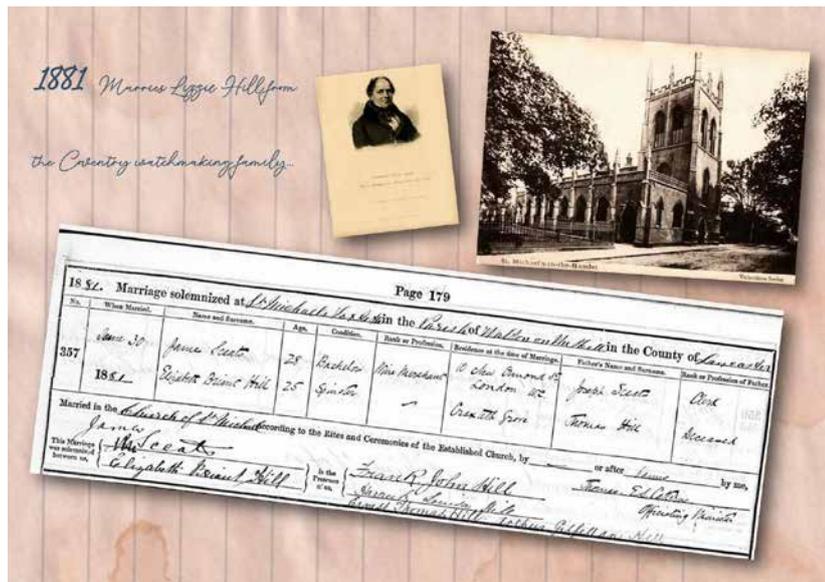
Luego James, casado con una de las hijas del dueño de la relojería Hill en Coventry, fundó un negocio de vinos y licores en sociedad con otro comerciante del

cos a la destilería? Los nietos de James Sceats no saben si el fin del negocio del grogging fue realmente tan importante para la destilería. La Ley del Parlamento que eliminaba el beneficio fiscal para las "bebidas alcohólicas recuperadas" entró en vigor el 1º de julio de 1898, justo cuando Sceats y Willis compraron la Camberwell Distillery. Por lo tanto, parece difícil imaginar que Sceats se dedicara a la recuperación del alcohol durante su gestión. Sin embargo, se considera posible que James haya desarrollado un método para extraer alcohol de las barricas utilizadas en el comercio de vinos y bebidas alcohólicas.

Esto tendría sentido ya que James era un tonelero, un comerciante de vinos y licores y era claramente emprendedor. Lo cierto es que en 1902 la propiedad, los alambiques y la receta del Camberwell Gin fueron vendidos a la Wilson Distilling Co. de Pensilvania, de propiedad de un inmigrante irlandés que James conocía, llamado Robert Wilson.

Basil Wills dejó el negocio, se retiró a Escocia, pero después de la venta de la destilería quebró. Según Austin y Peter Sceats es posible que James haya vendido un método para recuperar alcohol de las barricas a Cyrus J. Seltzer, una de las personas de contacto de Robert Wilson, también de Pensilvania. Cyrus era un cirujano e inventor pionero de dispositivos diseñados para el sector médico y solicitó la patente estadounidense en 1901. Así fue como el Camberwell Gin llegó a los EE. UU, incluso a las manos de Hugo Ensslin y se convirtió en una de los London Gins más vendidos en las primeras décadas del siglo XX. Sin embargo, en los EE. UU, el Gin recibió un nuevo nombre: precisamente El-Bart.

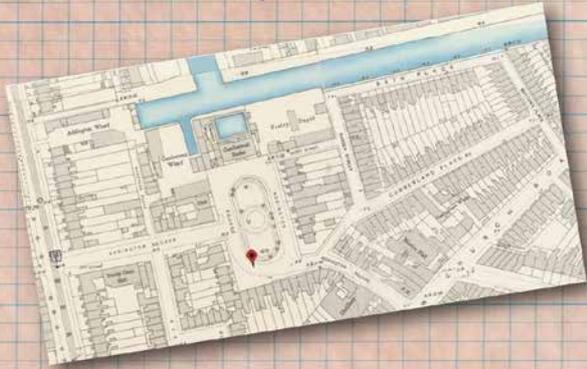
La botella del Camberwell Gin ponía de



1898 to 1902 The Camberwell Distillery is served

by the Camberwell Wharf and the Grand Surrey

Canal...



1902 Gin Stills and recipe sold to Wilson Distilling Co.

Pennsylvania...



1903 Passes away leaving Lizzie and the children

well provided for... Laid to rest in Highgate Cemetery...



relieve las raíces inglesas del producto, pero el nuevo propietario pensaba que el nombre original no funcionara en términos de marketing. Decidió cambiar el nombre del Gin. "Bart" es un término aristocrático atribuido a un miembro de la Orden de Honor Británica. Un Bart está por debajo de un Barón, pero por encima de un Caballero, es sinónimo de Baronet y, como tal, El-Bart es la abreviatura de "Baronet inglés". Probablemente los encargados del marketing de la Wilson Distilling pensaron que ese nombre fuera adecuado a las raíces inglesas del Gin, pero también que fuera lo suficientemente español como para tener más atractivo en el mercado sudamericano.

El-Bart Gin se encontraba de costa a costa en el mercado estadounidense hasta 1955, año en que la marca fue adquirida por el grupo Seagram que decidió sacarla del mercado para que no fuera una competidora de su marca de Gin.

El-Bart fue el primer nombre elegido por Ryan Reynolds para su Gin. Como sabemos, luego dicho Gin tomó el nombre del cóctel que se ideó con El-Bart. Ahora, Austin y Peter están profundizando sus conocimientos sobre el Gin.

Investigación tras investigación, sorprendentemente, encontraron una botella sin abrir de El-Bart de 1939. Según Peter, la degustación fue suficiente para dejar claro que "un Gin de 1898 nunca habría podido comprender la gran cantidad de botánicos de los Gins actuales". La receta que eligió la familia Sceats para relanzar su Gin incluye únicamente cuatro botánicos: enebro, angélica, cilantro e iris y un carácter que se combina bien con las notas de sabor de la violeta, en honor al famoso cóctel.

Los Sceat encargaron a varios desti-

Shaking perspectives



Bebe con moderación, es tu responsabilidad



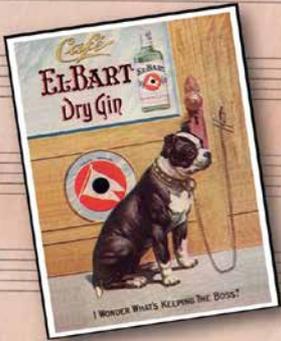
gamondi.it



GAMONDI
1890

Some El-Bart 20th Century

Advertising...



Some more El-Bart 20th Century

Advertising...



ladores que elaboraran muestras de producto y tras numerosas catas a ciegas se eligió la bebida espirituosa producida por Wood Brothers Distillery. El desafío fue encontrar el equilibrio de los cuatro botánicos para garantizar que se armonizaran con las aguas tónicas modernas y, en particular, con las notas de sabor de la violeta.

El-Bart desea reflejar la versión del siglo XXI del Gin original, fiel a sus raíces y al más puro estilo London Dry Gin. La presentación de El-Bart Gin se llevó a cabo el 24 de junio pasado en el Golden Duck Taproom de Rickmansworth, Hertfordshire, Inglaterra.

Se estarán preguntando ¿cuál fue el destino de James Sceats? Con su esposa al lado, James Sceats murió en 1903, con solo 51 años, de un derrame cerebral causado por una complicación de la escarlatina que contrajo cuando era niño. James no pudo ver el éxito de su Gin. Cuando murió, dejó a su esposa, Elizabeth, 1.230,00 libras esterlinas, una suma considerable en aquellos días, sin duda compensada en parte por los fondos de la venta de los alambiques, de la receta del Gin a la Wilson Distilling y, pensamos, de la venta del proceso de recuperación del alcohol.

Hoy James está enterrado cerca de Karl Marx en el cementerio de Highgate. Elizabeth fue enterrada, 47 años después, junto a James. El sitio de la antigua destilería cuadrada es ahora una réplica de una casa victoriana bastante elegante y una zona verde pública. Se presentó una solicitud para que se colocara una placa conmemorativa en el sitio en honor a James, la destilería y su historia.

Fabio Bacchi

Un agradecimiento especial a Peter y Austin Sceats

Peter & Austin Sceats: 2022

James Sceats business restarted.

The family gin brand back in safe hands...



150 VARNELLI

1868-2018



SHALL WE MIX?

www.varnelli.it



DRINK RESPONSIBLY



UN ITALIANO EN CHAMPAGNE

Alberto Massucco, el piemontés entre los viñadores franceses. La historia de un desafío que tiene el sabor de la pasión

DE ANTONELLA PAOLINO

Ésta es una historia de Champán y pasión, de espíritu empresarial visionario pero prudente, a veces pionero y valiente, tal vez precursor de los tiempos. Es la historia de un vino espumoso francés y de un italiano, que primero se convirtió en importador y luego en productor, que se está ganando la admiración de los productores locales.

Es decir, de importador a productor, un

paso que puede parecer natural pero que nunca debe darse por descontado. Porque el piemontés Alberto Massucco es el único italiano que posee un viñedo en Champagne y que está registrado en Francia como productor del famoso vino; un italiano que produce Champán en Champagne.

El amor a primera vista entre Alberto Massucco y el Champán se produjo en Alassio, en 1964, cuando descorchó su



primera botella de Champán, específicamente de Laurent Perrier. Supe del Champagne Massucco porque hoy los viñadores franceses más importantes hablan de él, fascinados por la valentía de este italiano que juega en su casa.

Conociendo el ambiente del Champán hecho de viñadores franceses cuya máxima creencia es la peculiaridad del terroir me pregunté qué estaba haciendo un italiano en esa región elaborando un producto que no podría ser más francés. Esencialmente el proyecto se basaba en un sueño que deseaba realizar y en una compañera de equipo especial con quien trabajar: su esposa Mirede. Al amor de toda la vida (¡sí, a veces existe!) se añade una pizca de suerte, que nunca viene mal, y como la suerte favorece a los atrevidos, Alberto Massucco conoció en su camino a dos personas, que hoy se han convertido en excelentes amigos, los cuales tuvieron una gran influencia en él y lo ayudaron a realizar su sueño: Alberto Lupetti y Erick de Sousa.



PRODUCTORES
AQUÍ ARRIBA Y
AL PRINCIPIO,
ALBERTO
MASSUCCO.

Para los aficionados al Champán italianos, Alberto Lupetti, periodista y escritor de Champán, uno de los principales expertos del famoso vino no necesita presentación. Quien conoce el Champán también conoce a Alberto Lupetti. Erick De Sousa, de familia de origen portugués, que se encuentra en el corazón de la prestigiosa Côte des

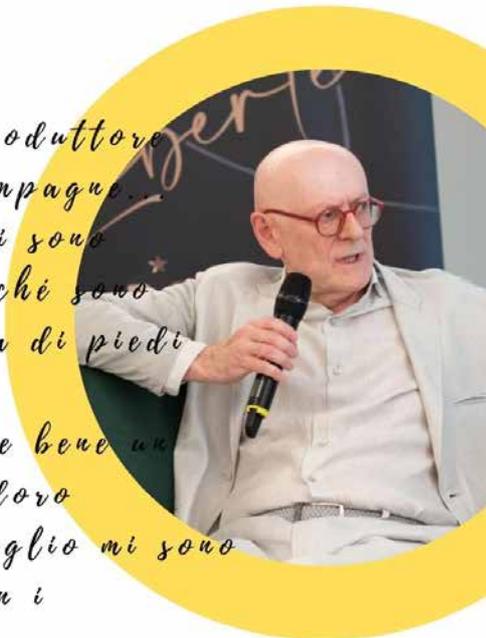


“

Sono il primo produttore italiano in Champagne. I francesi non si sono arrabbiati, perché sono entrato in punta di piedi

volevo conoscere bene un prodotto che adoro per farlo al meglio mi sono confrontato con i produttori

ne sono rimasto incantato e ci siamo promessi fiducia



Blancs desde hace tres generaciones, en los terroirs Grands Crus clasificados como Avize, Cramant, Oger y Mesnil/Oger, es sin duda uno de los mejores productores de

Champán y uno de los personajes clave del proyecto de Massucco.

Erick de Sousa se encarga con Alberto Massucco de las combinaciones especiales para los Cuvées Prestigios “definidos a la medida”. Erick De Sousa sigue la línea Alberto Massucco Champagne en la bodega y fue el ideador del Millesimato Alberto Massucco Champagne Grand Cru, 100% Chardonnay, con las dos primeras cosechas 2018 y 2019, y el Cuvée Mirede, dedicado a la esposa de Alberto, que lamentablemente falleció. Es la consagración de un proyecto en el que la solución a la medida francesa se encuentra con el conocimiento técnico italiano. Pinot Noir, Pinot Meunier y Chardonnay se aplican y combinan en diferentes porcentajes para satisfacer el gusto de los paladares más exigentes.

Jean-Philippe Trousset, otra firma del Champán, realizó otro producto para Massucco, el Cuvée Mavi, esta vez dedicado a la nieta Maria Vittoria. Alberto Massucco

tiene las ideas claras, también en la práctica; como para el Cuvée “Mon Idée de Cramant” realizado con la cosecha 2018 de los viñedos de Cramant, aldea Grand Cru de la Côte des Blancs: solo 500 botellas ya reservadas, es decir vendidas.

Fascinada por su relato, le pregunté a Massucco cómo fue recibido su proyecto en Francia. «Yo diría muy bien, los franceses apreciaron mi pasión. Incluso aceptaron mi sugerencia de cambiar las copas para las degustaciones».

En el círculo de Alberto Massucco, la participación femenina siempre ha sido muy importante. Cinzia Zanellato, directora comercial, es quien mantiene estrechas relaciones con los clientes, entre los cuales se encuentran incluso chefs de grandes restaurantes y hoteles de prestigio que se relacionan directamente con ella. Es una estrategia comercial que se basa en una relación estrecha entre productor y consumidor, diría una relación amistosa. «En Italia hemos construido una red de contactos, no tenemos una red externa de agentes, en este momento preferimos mantener una relación directa y especial con nuestros clientes a quienes distribuimos directamente y estamos presentes en toda Italia. Actualmente las grandes ciudades como Milán, Turín y Roma representan los principales mercados. Sin embargo, estamos viendo un crecimiento en áreas que son muy receptivas al Champán, como Emilia Romagna e importantes destinos turísticos», declara Cinzia. Ella, sumamente meticulosa, también se encarga de otros aspectos de la empresa: la personalización de las etiquetas, la gestión de los envíos al exterior, el marketing.

Massucco me explicó que una etiqueta de Champán ofrece poca y esencial información. «Una botella, con su forma, de



CHAMPAGNE
EN LA PARTE
SUPERIOR,
ERICK DE
SOUSA. AQUÍ
ARRIBA, CINZIA
ZANELLATO Y
JEAN PHILIPPE
TROUSSET.



alguna manera tiende a insinuar algo más. Cuando se descorcha, se vierte y se saborea se comprende la estructura, el carácter y el sueño. De dónde viene y, sobre todo, adónde te quiere llevar».

Su proyecto “Champagne en liberté” tiene como objetivo dar a conocer en Ita-

lia productores importantes, pero menos conocidos. Como las Fa'Bulleuses, siete jóvenes viñadoras francesas que se pusieron en juego en un contexto netamente masculino del que hemos hablado extensamente. Las Fa'Bulleuses son: Laureen Bailleterie (Champagne Bailleterie-Prudhomme), Hélène



DRINK RESPONSIBLY



A gentle bittering spice, when crafted with the right care the rhubarb rhizome expresses an unmistakable, complex and elegant organoleptic profile.

E Mediterraneo sia!

Doragrossa Mediterranea
Liquoristi & Distillatori



Bergamotto | Caffè | Rabarbaro
Chinotto | Violetta | Curaçao Mediterraneo





DRINK RESPONSIBLY

ROSOLIO DI TORINO

No mention had been made of it since 1897.

From an historical recipe based on citrus fruit, cinnamon, cloves and other selected natural ingredients, as per tradition.

www.doragrossa.com



CHAMPAGNE
 AQUÍ ARRIBA,
 ALBERTO
 MASSUCCO Y
 LAS
 FA'BULLEUSES.
 ABAJO, OTRA
 FOTOGRAFÍA DE
 LAS
 FA'BULLEUSES.

Beaugrand (Champagne Beaugrand), Claire Blin (Champagne Mary-Sessille), Charlotte De Sousa (Champagne De Sousa), Mathilde Devarenne (Champagne Rochet-Bocart), Sophie Moussie (Champagne Guy Méa) y Delphine Brulez (Champagne Louise Brisson). A la vista de todo esto, imagino lo exclusivo y explosivo que puede llegar a ser la combinación de tradición, conocimientos técnicos y cultura del terroir que Francia e Italia llevan en su ADN.

El 4 de julio pasado, Massucco organizó una velada en Villa Cinema, una histórica villa neoclásica en las colinas del Po de Turín, durante la cual presentó su desafío: Champán "de gusto italiano" producido por un italiano en la patria del Champán.

Escucharemos más y más sobre el



Champán de Alberto Massucco en un futuro, obviamente, no muy lejano.

Antonella Paolino



AMC 00

Variedades de uva: 50% Chardonnay, 20% Pinot Meunier, 30% Pinot Noir.
Suelo: arcilla y yeso.
Edad media de las vides: 15-40 años.
Grado alcohólico: 12.5% Vol
Cultivo: conversión biodinámica.
Vendimia 100% manual.
Crianza: cubas
Dosage: Nature
Filtración y Collage: no
Vino de reserva: 40%
Degüelle: marzo de 2022



AMC 02

Variedades de uva: 50% Chardonnay, 20% Pinot Meunier, 30% Pinot Noir.
Suelo: arcilla y yeso.
Edad media de las vides: 15-40 años.
Grado alcohólico: 12.5% Vol
Cultivo: conversión biodinámica.
Vendimia 100% manual.
Crianza: cubas
Dosage: 2 g/l
Filtración y Collage: no
Vino de reserva: 40%
Degüelle: marzo de 2022.

MC00 y MC02, dos siglas que nos dicen mucho. 00 significa cero dosage (ninguna adición). El cero dosage vuelve de manera predominante en el mercado. Escucharemos mucho al respecto en los próximos meses y Alberto anticipó el mercado. ¿Visionario? Estos Champanes brindan deleite con sus notas de cítricos, manzanas, peras confitadas, pero también membrillo. Una hermosa sensación en el paladar, en equilibrio entre la calidez

envolvente y la frescura vigorizante. Champanes perfectos como aperitivo.

AMC MON IDÉE DE CRAMANT

Variedades de uva: 100% Chardonnay
Vinificación: únicamente uvas de la aldea Grand Cru de Cramant, cosecha 2018, fermentación en cubas, con las levaduras durante 3 años y dosificadas 2g/l.
Olfato: aroma relacionado con una generosa expresión de fruta tropical, seguida de aromas de flores, sin perder la parte cítrica.
Paladar: en la boca ofrece cierta dulzura afrutada que luego se vuelve jugosa y decididamente mineral con retornos de naranja y una agradable frescura. Cierre seco, limpio y salino.



AMC CUVÉE MIREDE

Variedades de uva: 100% Chardonnay
Vinificación: este Champán representa un homenaje de Alberto a su esposa Mirede. Resultado de uvas Grand Cru de Avize (30%) y Oger (10%) de la cosecha de 2017, alrededor de un tercio fermentadas en barricas, 30% de uvas del viñedo de su propiedad y otro 30% de vinos de reserva de 2018.
Al olfato se percibe un aroma rico y elegante, con la nota mineral de la tiza para intensificar el elemento floral y un suave toque exótico, frutos secos y una nota cítrica.
Paladar: fresco y vertical, con un final mineral sumamente prolongado.





DRINK RESPONSIBLY



A delicate evocation of Springtime, of wandering through meadows searching for herbs and flowers, just for the pleasure of the senses.

E Mediterraneo sia!

Doragrossa Mediterranea
Liquoristi & Distillatori



Bergamotto | Caffè | Rabarbaro
Chinotto | Violetta | Curaçao Mediterraneo





ESPÍRITU DE CENTAURO

Violeta y té chino para el Gin S72 del as del motocross Stefan Everts

DE FABIO BACCHI



En motocross, "S72" es un nombre familiar. Todo el mundo, realmente todo el mundo, sabe a quién se refiere. Stefan Everts, belga, nació en 1972 y hasta la fecha es el único piloto profesional en ganar 10 títulos mundiales de motocross. Una auténtica leyenda, una marca.

«Cuando me retiré del motocross, el promotor me asignó el número de piloto 72 de forma definitiva y para siempre,

solo mi hijo, Liam, puede llevar este número en el Campeonato del Mundo. La novedad es que deseo ampliar aún más la marca S72. ¿Dónde? En el mundo de las bebidas espirituosas. El objetivo final es una amplia colección de productos "S72", declara Everts.

La pasión de Stefan Everts por las bebidas espirituosas se debe a su encuentro, en un programa de la televisión belga, con otro atleta compatriota, Filip



Meirhaeghe, ciclista campeón de Europa y del mundo y medallista de plata de bicicleta de montaña en los Juegos Olímpicos de Sídney 2000, aficionado a las bebidas alcohólicas y a la destilación.

Era 2012 y tras aquel encuentro Stefan Everts se lanzó de lleno a la lectura de textos sobre el Gin y la destilación, y profundizó sus conocimientos sobre las especias. "¡Un nuevo mundo se abrió



MOTOCROSS
STEFAN EVERTS
EN ACCIÓN EN
EL MXGP 2006
EN PORTUGAL
- AGUEDA.
(FOTOGRAFÍA
PLONS).



para mí!", afirma Everts.

Tras colgar el casco en 2006, el Gin fue lo primero, después de su deporte, que atrajo el interés del campeón. Everts

recolectó y probó Gins de todo el mundo, pero su idea era producir un Gin que tuviera un sabor único. Fue una época muy emocionante y experimental.



MOTOCROSS

STEFAN EVERTS EN ACCIÓN EN EL MXGP DE FRANCIA 2006, ERNEE. (FOTOGRAFÍA PLONS).

El proyecto de las bebidas espirituosas S72 comenzó a tomar forma en 2016. El padre de Stefan, Harry, también cuatro veces campeón mundial, conocía la destilería Massy de Houthalen-Helchteren (Bélgica), especialistas en producciones de lotes pequeños de marca privada con 110 años de experiencia. Harry les explicó que Stefan tenía una pasión por las bebidas espirituosas y después de una breve charla y una reunión, el proyecto se concretó. Sin embargo, la idea de Everts era producir un regalo empresarial para sus patrocinadores.

El primer lanzamiento de S72 se efectuó en 2016, una infusión de Gin con flor de brezo (*Erica carnea*), un botánico local muy común en Houthalen. El color del Gin era amarillo, en homenaje a los colores del equipo Suzuki con el que Stefan trabajaba en ese momento.

Everts, ambicioso, buscaba un sabor que diferenciara claramente su Gin del



resto del mercado. Durante uno de sus frecuentes viajes a las sedes de sus patrocinadores en Italia, probó un postre

Simply Squeeze
REAL
 INFUSED EXOTICS™

Explore The Real World of Flavor



Explore the Real World of Flavor

CULINARY
 MIXOLOGY



TOPPINGS
 BEVERAGE



ABM Cocktail Pro Download the NEW ABM Cocktail Pro App for more recipes and information



Flavorful



Mixable



Squeezable

www.realingredients.com

— RON —
Malteco
SUAVE DE PANAMÁ

*The Excellence
of an Intense Pleasure*



*Discover
our entire
range*



BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

www.saviotrading.it



de violeta. Fue una iluminación y decidió que su Gin se habría caracterizado por el sabor a violeta. Otra nota importante del Gin era la que le proporcionaba el té chino.

En marzo de 2017, se produjo el primer lote de 200 botellas que Stefan planeaba utilizar como regalo para patrocinadores y amigos. La respuesta positiva que recibió convenció a Stefan de lanzar su Gin, el cual se comercializó el 1 de junio de 2017. La empresa Vetro Elite de Treviso participó en la realización del nuevo embalaje.

En la botella (modelo Denver) destacaban el color morado, muy significativo para Stefan Everts, el logotipo y una imagen de él en acción.

En 2018 Stefan presentó su Vodka con sabor a violeta. En 2019 la botella de S72 se hizo más ancha y llegó una mágnium de edición limitada de 3 l. S72





Gin, grado alcohólico 43% vol., es un Gin destilado con un perfil en el que la violeta dominante lo distingue del resto del mercado. Un Gin que se enfoca mucho en la riqueza floral, con un cuerpo botánico claramente distintivo, fácil de beber y de recordar, suave y elegante.

Everts imaginó en su Gin legendario la suavidad y el estilo que caracterizaban su conducción en las carreras. Por consiguiente, la elección de un agua tónica para acompañar un Gin Tonic cobra mucha importancia. El cuerpo botánico está formado por enebro, cilantro, lima, cáscaras de naranja, jengibre, flores de violeta, serbas (bayas de serbal), flores de brezo, saúco y una mezcla secreta de té chino.

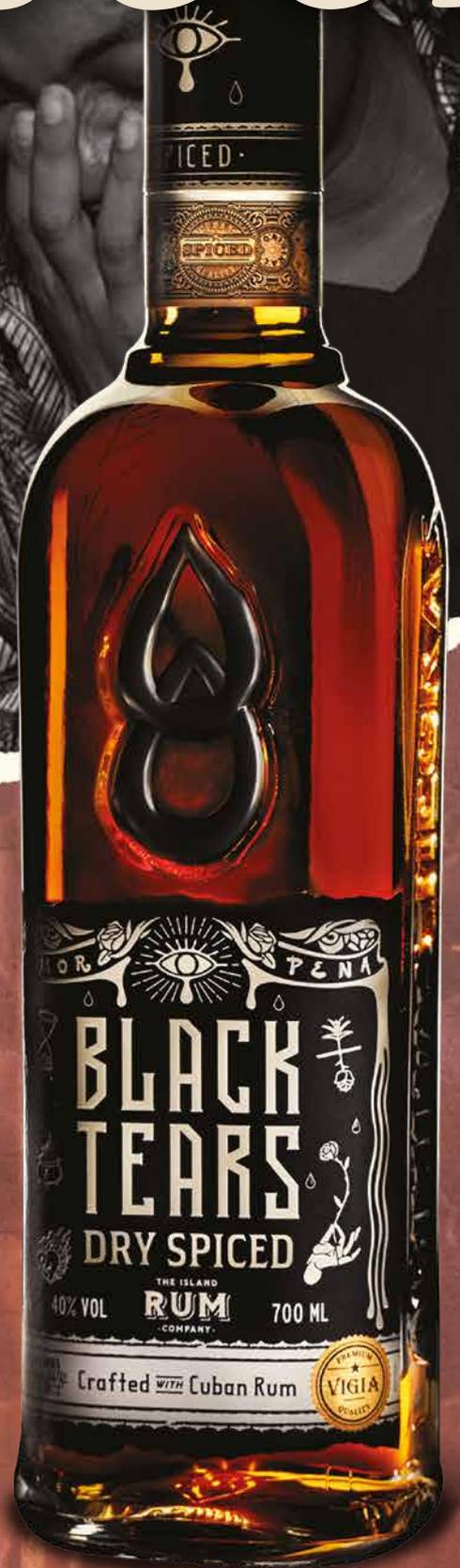
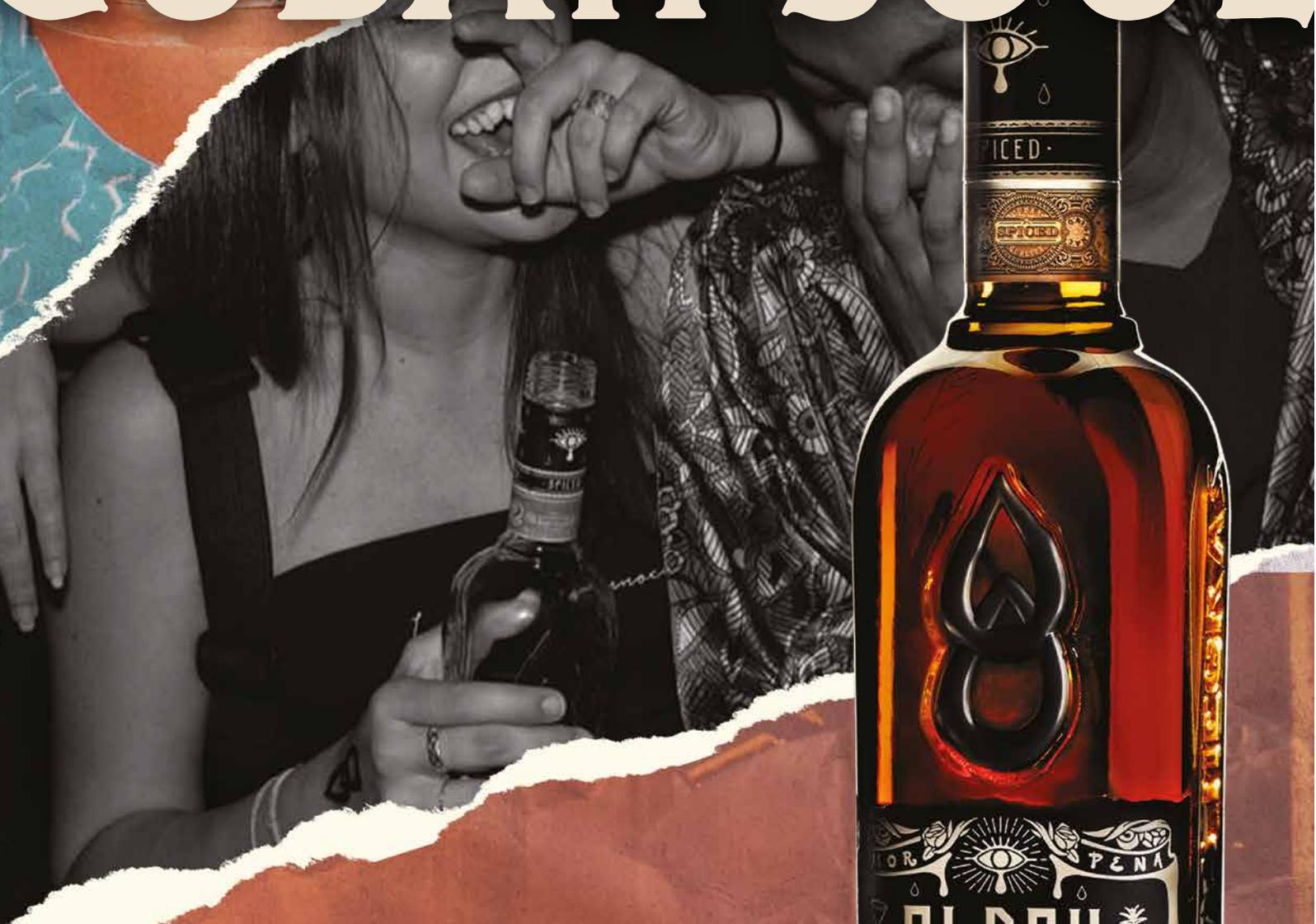
A Stefan Everts le encanta pasar tiempo en la sala de infusiones de la destilería. Como un niño en una tienda de dulces. Así se originó una versión limitada especial, curiosa y moderna de S72 Gin con sabor a chicle con grado alcohólico 40% vol. Todos los lanzamientos especiales están empaquetados en una elegante caja de metal. En 2021, S72 Gin ganó la Medalla de Plata en la London Spirits Competition.

En el proyecto, Everts consideró la importancia de su Gin en la mezcla e involucró al bartender belga Kwinten Ghysens para la creación de algunas bebidas. Todas las recetas de autor de S72 Gin tienen nombres relacionados con la terminología y el mundo del motocross.

Stefan Everts lleva en su ADN la pasión necesaria para llegar a la cumbre de todos sus objetivos, una ambición que parece vivir incluso en su nombre que recuerda a la montaña más alta de la tierra.

Fabio Bacchi

SPICED WITH CUBAN SOUL



THE ORIGINAL
BLEND OF CUBAN
RUM & SPICES

**BLACK
TEARS** 
LET TEARS FLOW

BlackTears.com

Beber con moderacion, es tu responsabilidad

MENS SANA IN CORPORE SANO

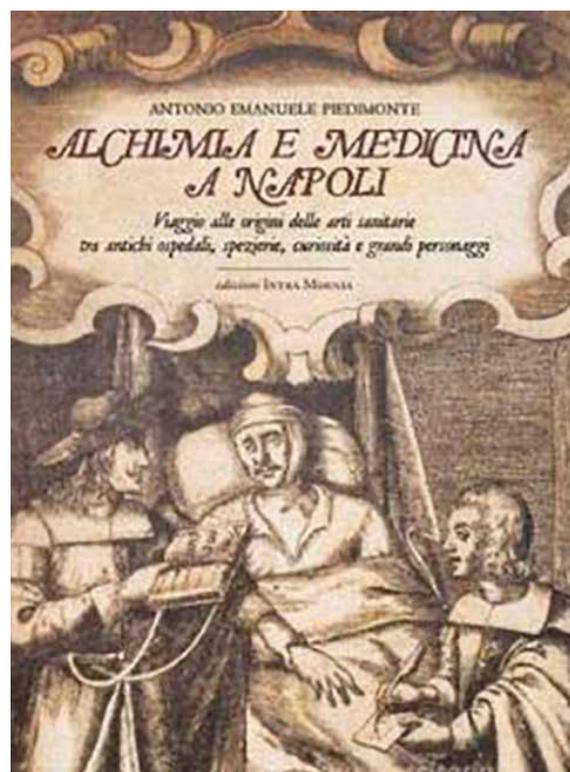
La Compagnia degli Speciali: recetas y fórmulas como en el siglo XIX

DE ALESSANDRO PALANCA

En la Edad Media, la del boticario era probablemente una profesión rentable. En su tienda, la botica, el boticario se ocupaba de la preparación de medicinas, vendía especias, hierbas medicinales y más. En las boticas se podían encontrar perfumes, esencias, cera, los colores utilizados por los pintores, tinta y hasta dulces.

En la época de las Comunas, los boticarios estaban organizados en gremios, entre los cuales uno de los más importantes era el Arte dei Medici e Speciali (Arte de los Médicos y Boticarios), del cual también era miembro Dante Alighieri. Las corporaciones fijaban las normas de las actividades y controlaban su aplicación.

En el siglo XIX, esta figura fue objeto de cambios importantes. Para practicar la preparación de medicamentos el boticario también debía tener conocimientos de química, de lo contrario podía trabajar como tendero. Así nacieron las primeras escuelas de farmacia y la figura del boticario evolucionó hacia la del farmacéutico, la persona que estaba capacitada para preparar medicamentos.



En Nápoles, la figura del boticario y las boticas jugaron un papel muy importante como lo demuestran muchos libros. No podía ser de otra manera, puesto que la ciudad había sido depositaria del conocimiento transmitido por las civilizaciones más antiguas y avanzadas durante milenios.



El vínculo de los boticarios con Nápoles se encuentra en la esencia y en la forma. En la esencia, porque sólo en Nápoles se podía acceder a las formas más elevadas del saber, en la forma porque el trabajo obtenido era a su vez la materialización del saber. Este concepto se remonta a la filosofía griega, en la que existía el contraste entre εἶδος (forma) and ὕλη (sustancia).

Como resultado de los estudios realizados, los boticarios tenían un conocimiento profundo de la esencia del hombre, conocimiento según el cual la vida era una combinación perfecta de energías: "un cuerpo está sano sólo si en él hay armonía". El boticario tenía la tarea de "reunir lo disperso", recolectando las esencias, extrayendo los principios activos y armo-

nizándolos en un solo producto con capacidades curativas únicas para el cuerpo y el alma.

En los grandes centros urbanos, las boticas se convirtieron en farmacias. La farmacia del Giglio estaba ubicada en el corazón de Nápoles, en Via dei Tribunali. Más de dos mil años antes, se había establecido una colonia egipcia llamada "Nilense", en homenaje al gran río africano, que residía en Regio Nilensis, en la actualidad conocida como la zona Nilo, entre Via dei Tribunali y Via San Biagio dei Librai.

La profesionalidad de los propietarios de la farmacia del Giglio fue famosa en Nápoles por más de cien años. En ella, como buenos boticarios, los propietarios preparaban mezclas, composiciones ga-

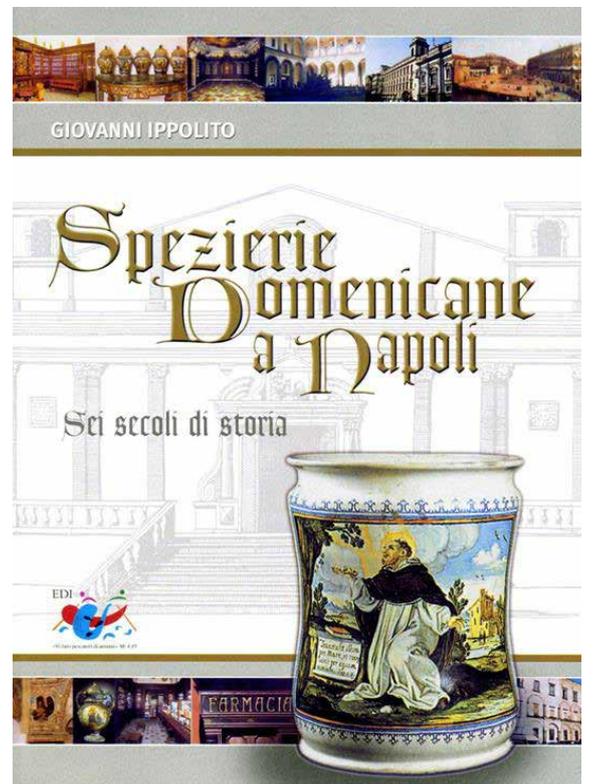


HISTORIA

LA ESTATUA DEL DIOS NILO EN NÁPOLES, CERCA DE VIA DEI TRIBUNALI.

lénicas y varios medicamentos. Precisamente durante los estudios y los experimentos, tuvieron la intuición de crear productos que tuvieran un doble propósito, el de tratar ciertas patologías y el de ser al mismo tiempo agradables al paladar, considerando que los medicamentos preparados en esa época no siempre tenían un buen sabor. Gracias a estos productos, transformados en licores, la fama de la farmacia se difundió mucho más allá de las fronteras de la ciudad. Eran sumamente populares en las principales ciudades italianas, en París, Londres y, a principios del siglo XX, también en los Estados Unidos de América.

Hoy la histórica Farmacia del Giglio ya no existe, pero sus descendientes llevaron adelante la actividad licorera y en su honor fundaron la fábrica de licores La Compagnia degli Speciali, para volver a



comercializar los productos elaborados por la farmacia familiar entre 1800 y prin-

CALABRO

¡La nueva forma de beber spritz!

BÈBELO
HELADO
-20°



Bebe responsabilmente. CaffoStudio

Spritz Calabro

6 cl Amaro del Capo Red Hot Edition
1 cl zumo de lima
5 cl agua tónica "Bisleri"
5 cl Prosecco DOC brut "Mangilli"
Hielo, twist de limón, un chile.

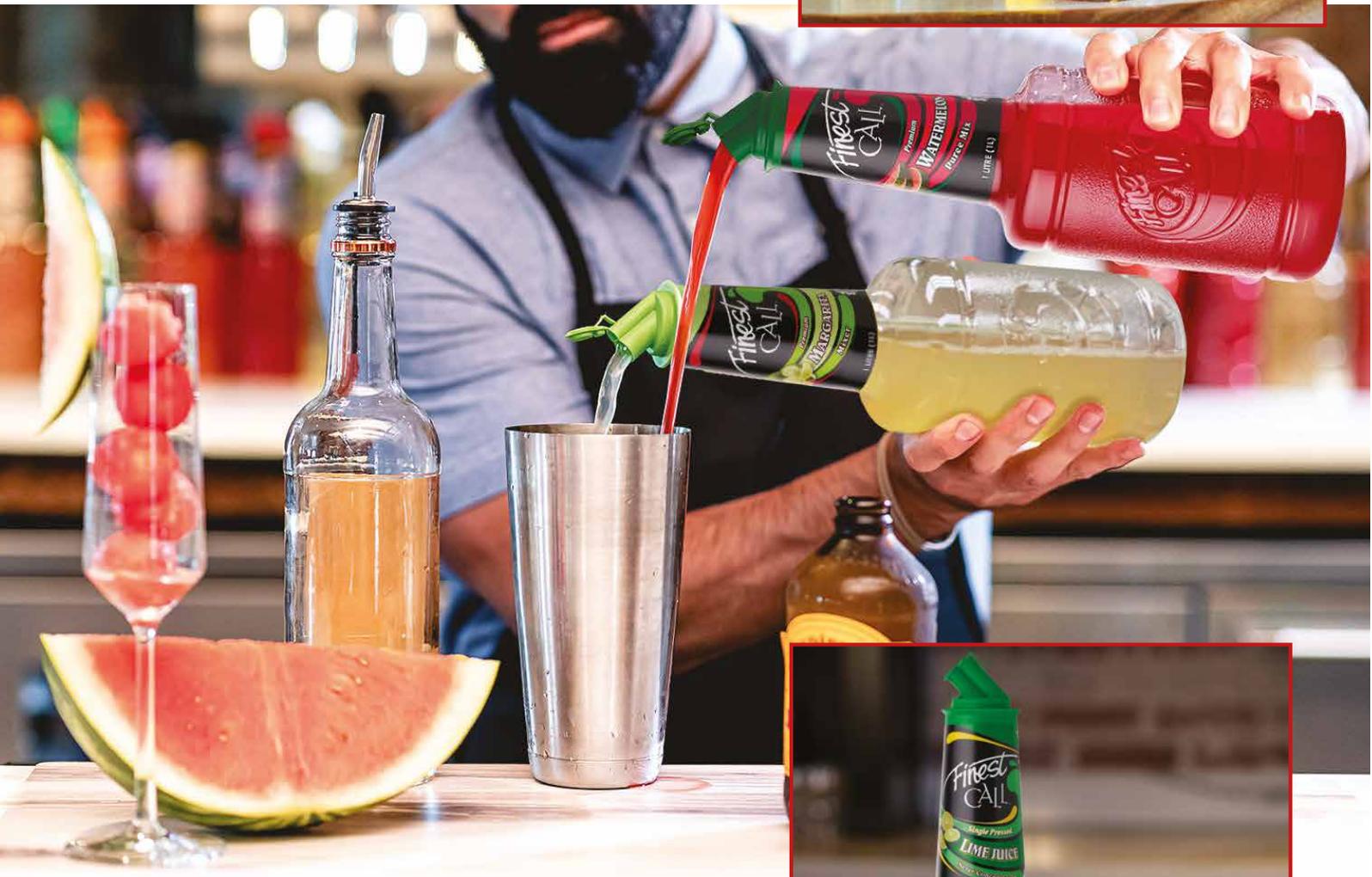


amarodelcapo.com



Mixology Minded Collection

Add a Splash of Fruit to Your Cocktail



FOLLOW ALONG!

 @FinestCallEU

 @FinestCall_EU

Visit our new website! www.finestcall.com



Download the
NEW ABM Cocktail Pro App
for more recipes and information



cipios del siglo XX.

El preciado y antiguo recetario heredado es un tesoro de saber profundo, parte de una obra mayor compuesta por herbarios, textos y apuntes, testimonio del estudio realizado por tres generaciones de boticarios. Con la misma pasión de sus antepasados, se elaboran y se ofrecen los mismos productos, una combinación perfecta de bienestar para el cuerpo y el alma. La preparación no se limita a la unión de cada una de las materias primas, sino que comienza con la selección del alcohol que debe ser muy puro, y luego continúa con hierbas y raíces seleccionadas, todas exclusivamente con certificación de cultivo orgánico.

La selección y el procesamiento de las hierbas es importante tanto para el sabor como para la salud, el uso incorrecto de raíces y especias puede tener efectos nocivos para el organismo. En el proceso de producción se sigue fielmente el mismo ritual de preparación indicado en el antiguo manuscrito. Los demás ingredientes son alcohol de melaza, agua pura y muy poca azúcar.

Los sabores ricos y aromáticos extraídos con la maceración en frío brindan buques únicos en los que es posible distinguir claramente el aroma de cada especia utilizada. Es como una sinfonía en la que los sonidos son matices y tonos, toques perfumados y recuerdos de la naturaleza, una armónica gramática gustativa. Una vez obtenido, el producto se somete a una cuidadosa filtración y no se utiliza ningún tipo de colorante, conservante o aditivo.

La línea Easy Gin (38% ABV) incluye dos interpretaciones aromatizadas que son opuestas en sabor, **Saffron Edition** y **Vanilla Edition**, producidas con el método infusión en frío que evoca el periodo del Prohibicionismo. Se realizan maceraciones en frío individuales durante unos treinta días. En el cuerpo botánico se encuentran enebro, cilantro, pasas de Corinto, iris florentino y vainilla de Madagascar.

En la rica línea de licores destacan la **China Speciale** (33% ABV) el **Nettare della Costiera** (33%) y **Zeus** (20%). Nettare della Costiera es un licor tradicional a base de cítricos de la península de Sorrento entre los cuales el limón IGP Femminello



HISTORIA

AQUÍ AL LADO EL ESCUDO DE ARMAS DE LA FAMILIA GIGLIO. A LA DERECHA, RAFFAELE CONTE.



de Massa Lubrense, naranjas dulces y amargas, todos obtenidos de cultivos locales.

El limón de Massa Lubrense, también conocido como “limón ovalado”, se caracteriza por una pulpa de color amarillo pajizo, un zumo rico en vitamina C y sales minerales y una cáscara rica en aceites esenciales. El sabor es más ácido que el del limón italiano.

Por último, Zeus es un licor de aperitivo obtenido de la maceración en alcohol y

vino de botánicos como genciana, ajeno, quina, salvia, naranja y otros. La receta de Zeus fue perfeccionada por Raffaello Conte, el último farmacéutico de la Farmacia del Giglio.

La Compagnia degli Speciali tiene historia antigua que se perpetúa entre generaciones, transmitiendo conocimientos y saberes ancestrales, sentido de pertenencia y orgullo, como simboliza el escudo familiar cuyo origen se remonta a 1176.

Alessandro Palanca



PALLINI
- ITALIA -

DRINK RESPONSIBLY

MATICES SICILIANOS

El clima de la isla es favorable para el destilado, brindándole un carácter fuerte e intenso

DE VITTORIO BRAMBILLA

El terroir se asocia siempre al vino, en cambio a los destilados mucho menos y éste es un error cultural. De hecho, muchos destilados están estrechamente vinculados a los territorios en los que históricamente se originaron y de los cuales son embajadores de gusto y cultura.

Existen numerosos testimonios históricos del vínculo entre la Grappa y el territorio siciliano. Los conquistadores, los colonizadores, los pueblos que a lo largo de los siglos han vivido en Sicilia, las influencias que importaron y que tuvieron

en las costumbres locales contribuyeron a desarrollar el arte de la destilación y de sus productos.

La isla más grande del Mediterráneo cuenta con condiciones geográficas y climáticas óptimas para la producción de destilados con un carácter intenso. En Sicilia siempre se han cultivado las uvas y la abundancia de orujos frescos y fermentados ha contribuido a arraigar la producción de la Grappa en la zona.

La Grappa Siciliana IG o Grappa di Sicilia IG fue reconocida en 2008, no obstante algunos intentos de obstrucción, y



tradicionalmente se obtiene de la elaboración directa de los orujos locales, se destila y se embotella en plantas ubicadas en el territorio siciliano. En el pliego de condiciones se consideran y regulan las normas establecidas por la Comunidad Europea que protegen la Grappa como el destilado de orujos producido exclusivamente en Italia.

Particularmente adecuada para la producción de la Grappa siciliana es la zona de Trapani, con su antiguo carácter vitivinícola, donde la zona más conocida son los alrededores de Marsala. Junto a las clásicas Grappas IG de las regiones italianas (Piamonte, Lombardía, Trentino, Friuli, Véneto, Sicilia) existen indicaciones geográficas más limitadas y circunscritas territorialmente. Marsala es una de las dos subzonas italianas, junto con la del

Barolo, que representa perfectamente, aunque con características diferentes, la tradición y la cultura de la producción artesanal de la Grappa.

La producción de destilados en Marsala se remonta a finales del siglo XVIII, cuando el vino de licor Marsala se dio a conocer en todo el mundo. La Indicación Geográfica Grappa di Marsala está reservada exclusivamente al aguardiente de orujos que se obtiene de la destilación directa de materias primas de la vinificación de uvas adecuadas para producir el vino con denominación de origen Marsala DOC de conformidad con su pliego de condiciones, que se elabora y se embotella en plantas ubicadas en la región de Sicilia. Por lo tanto, el uso del nombre Marsala es exclusivo precisamente de la Indicación Geográfica Grappa di Marsala.



La denominación Grappa di Marsala IG puede completarse con la referencia al método de destilación, continuo o discontinuo, y al tipo de alambique, con una graduación alcohólica mínima de 40%. La legislación prohíbe el uso de siglas y símbolos DOC y DOP, tanto en forma abreviada como completa. La Indicación Geográfica Grappa di Marsala está registrada en el Anexo III del Reglamento (CE) núm. 110/2008 relativo a definición, designación, presentación, etiquetado y protección de las Indicaciones Geográficas y por el que se deroga el Reglamento (CEE) núm. 1576/89 del Consejo (publicado en el DOUE L. 39 de 13.02.2008) en su versión modificada por el Reg. 1067/2016.

En general, el Reglamento 110/2008 prevé para cada Indicación Geográfica, en el art. 17 apartado 1, la presentación a la Comisión de la UE de una ficha técnica que contenga los requisitos previstos



tales, publicado en el DO núm. 299 del 27.12.2014.

La Grappa di Marsala IG se elabora mediante el proceso de destilación directa de orujos fermentados o semifermentados mediante vapor de agua o tras la adición de agua en el alambique. Los orujos provienen de la vinificación de uvas adecuadas para producir el vino con la denominación de origen Marsala DOC de conformidad con su pliego de condiciones (DPR 17 de noviembre de 1986). En particular, las uvas vinificadas de conformidad con las normas de elaboración específicas pertenecen a las variedades Grillo, Catarratto, Ansonica, Damaschino, Perricone, Nerello mascalese y Nero d'Avola y proceden de los viñedos de la zona de producción de la provincia de Trapani (excluyendo los municipios de Pantelleria, Favignana y Alcamo) criados en condiciones de cultivo tradicionales con el fin de dar a las uvas y al vino resultante las características cualitativas específicas.



Si Nero d'Avola es la uva siciliana más famosa, la producción de Grappas monovarietales se ha extendido a toda la isla. Entre éstas se encuentran la Grappa Moscato di Pantelleria (de uva Zibibbo), la Grappa di Malvasia delle Lipari y la Grappa di Inzolia, producida con orujos de la vid homónima, en este caso cultivada en Licata (Agrigento). Sin embargo, aparte de excelentes excepciones, los productores de Grappa en Sicilia son todavía pocos, además de las áreas mencionadas, hay algunos en el Etna y uno en Messina. Pero ciertamente, de norte a sur, la Grappa se confirma como el principal destilado que simboliza la tradición del sector licorero italiano desde su origen más remoto.

en el mismo artículo. En Italia, el procedimiento de presentación y aprobación de estas fichas técnicas a efectos del posterior registro comunitario está definido por el decreto ministerial del 13 de mayo de 2010. La ficha técnica de la Grappa di Marsala IG está contenida en el comunicado de solicitud de registro de la Indicación Geográfica del Ministerio de Políticas Agrícolas, Alimentarias y Fores-

Vittorio Brambilla

ALPESTRE

A symphony of 34 herbs.



Drink responsibly

*Just relax and enjoy the extraordinary symphony of flavour
in a glass of Alpestre, brought to you by an orchestra of 34 medicinal herbs,
blended and aged in oak casks from an ancient recipe.
A small sip of this distilled spirit will delight both your heart and mind.*

alpestre.it

Distributed by: OnestiGroup S.p.A.



GENZIANA VITTORIA

Uno podría pensar que Genziana Vittoria sea demasiado joven para haberse convertido ya en una presencia imprescindible en los más importantes porta-botellas romanos, pero su historia se remonta a mucho tiempo atrás. La idea del joven Daniele Di Loreto, agrario, tiene sabor a un espíritu empresarial antiguo; era amante de lo "bueno" pero absolutamente inexperto en licores y bebidas.

La historia de Genziana Vittoria comenzó una noche con una cena entre amigos, cuando a la mesa llegó una botella de Amaro Formidabile. Fascinado e intrigado por el sabor de ese licor, Daniele quiso saber más. Así supo que el productor era Armando Bomba, actualmente difunto,

quien tenía su taller artesanal no muy lejos de su casa. Fue el propio Armando Bomba quien tuvo un impacto decisivo en la vida profesional de Daniele Di Loreto. Simplemente, Daniele llegó a la casa de Bomba, tocó el intercomunicador y se presentó. Se había propuesto producir su propio Amargo e identificó a Armando como su mentor. El encuentro fue revelador. Armando intuyó la pasión que animaba a Daniele, le dio los primeros consejos, pero también le explicó que el camino era largo, tortuoso y no podía darse por sentado. Daniele inmediatamente supo hacer buen uso de los consejos que había recibido y después de un año obtuvo la licencia para producir, embotellar y vender bebidas alcohólicas.

Genziana Vittoria ya estaba en la cabeza de Daniele, faltaba un laboratorio para iniciar el proyecto. Fue identificada un área cercana a la Reserva Natural de Marcigliana, donde Daniele siempre ha vivido con su familia. Junto a su padre construyó la sede de su negocio según las necesidades de un taller artesanal; así nació la Liquoreria Di Loreto. Transcurrieron tres años de experimentación acompañados por momentos de alegría y desesperación, pruebas y contrapruebas antes de llegar a la infusión deseada. Genziana Vittoria apareció en el mercado el año pasado.

Cuando se produjo la primera botella, Daniele consideró un deber llevársela a la persona que lo había ayudado desinteresadamente ofreciéndole los primeros consejos y sin la cual Genziana Vittoria no habría nacido. Tal vez la casualidad no existe. Actualmente Armando ya no está entre nosotros y Daniele recuerda que ese momento fue conmovedor para ambos.

La familia Di Loreto es una combinación de tradiciones y puntos fijos. El abuelo materno era un agricultor, el paterno era un pastor originario de la región de Abruzzos que durante la guerra llevaba a sus ovejas en trashumancia a Roma, haciéndolas pastar en el área donde hoy se encuentra el Estadio Olímpico. En 1970 se mudó a la capital, sin olvidar nunca su origen y conservando celosamente sus costumbres. Entre las costumbres y las tradiciones, se encuentra el licor de genziana, típico de Abruzzos, producido por la abuela paterna, Vittoria.

La familia Di Loreto guarda desde hace mucho tiempo el secreto de su Genziana. En la familia existe una leyenda según la cual sólo uno es el guardián de





LUGARES
EL VIAJE
REALIZADO
POR DANIELE
DI LORENZO EN
BUSCA DE LA
GENCIANA.

la verdadera receta de la infusión y que, en la noche de Navidad, a medianoche, puede revelarla a una persona, la más afortunada de los presentes. Quien recibe este “regalo” no puede escribir la receta de la Genziana en ninguna hoja, sino recordarla y transmitir la tradición cuando llegue el momento. Daniele fue el elegido para mantener vivo el recuerdo de su familia y de su abuela Vittoria.

Genziana Vittoria se arraiga en el pasado, en la tradición, en las largas caminatas de su abuelo con sus ovejas y en el amor por la tierra de origen de su familia. Sin embargo, Daniele es un hijo de la década de 1980 y tiende a proyectar las

cosas hacia el futuro, revistiéndolas de novedad. El desafío fue liberar la Genziana del estereotipo de bebida barata y convertirla en “premium”, manteniendo la calidad y embelleciéndola con la forma adecuada. Un producto es bueno sólo si lo son las materias primas que lo forman. Genziana Vittoria representa esto: la búsqueda minuciosa y refinada de lo mejor que se podía encontrar.

En Italia, la genciana silvestre se puede recolectar en pequeñas cantidades, en Francia la legislación es más permisiva. Daniele, con un amigo, viajó a la región de Auvergne (Francia) para conocer las cooperativas de recolectores independientes, (*arracheur de gentiane*) cosechadores de genciana. Aquí encontró la calidad y la cantidad de raíz suficiente para su producción.

Otro componente esencial de Genziana Vittoria es su base vinosa que consiste en un Trebbiano d'Abruzzo Doc, de una bodega en la provincia de Chieti. Se utiliza vino obtenido del mosto flor, es decir lo que se obtiene del primer prensado de la uva. El proceso de producción es casi totalmente manual. La maceración de las raíces de genciana en vino dura algunas semanas, luego la infusión se mezcla con alcohol puro derivado de cereales al 96,5%. No se utilizan conservantes químicos ni colorantes.

Genziana Vittoria tiene una especie de hermanamiento no escrito con Francia; de hecho, el logotipo nació de la colaboración con Thierry Potier, un amigo diseñador gráfico que colaboró con Daniele en la realización de la etiqueta. Un dibujo a lápiz a mano alzada fue digitalizado hasta obtener el etiquetado perfecto. Lo que parece un vaquero audaz y melancólico es en realidad un bandolero de



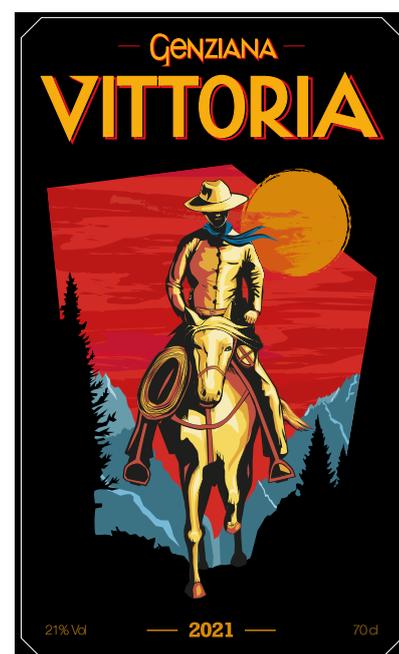
Abruzos, hijo de la tradición y apegado a su tierra.

A la vista Genziana Vittoria tiene un color ámbar brillante con reflejos dorados. Al olfato se caracteriza por el típico aroma elegantemente amargo de la genciana. Las notas decisivas de raíz y hierbas se encuentran con los aromas característicos del vino Trebbiano, brindándole un carácter inconfundible. Se percibe una sensación sumamente agradable cuyo sabor amargo se combina con un seguro equilibrio aromático de gran riqueza. Genziana Vittoria (21% vol.) es un licor que debe consumirse frío a 2°/4°, además del consumo clásico después de la comida, es excelente para la mezcla y como aperitivo.

La historia de Genziana Vittoria es la historia de una familia y de una abuela llamada Vittoria. Una Genziana que parece joven, pero viene de muy lejos.



DISEÑO
LOS BOSQUEJOS
DE LA BOTELLA Y
DEL LOGOTIPO.
AQUÍ ARRIBA, LA
VERSIÓN
COMERCIALIZADA.



Rum Malecon

EL SABOR ALTÍSIMO

¡SUBLIMEMENTE MÍO!



BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

Producto original de Panamá.

 @rummalecon

