Gin District presenta Accademia, gin in barrique per un consumo liscio

20240425224422accademia-black-a883a333

Si sa che **il gin si scatena quando incontra la mixology**. I cocktail esaltano questo white spirit e da tante stagioni ne stanno decretando un successo oramai giunto a tiratura mondiale. Ma oltre allo shaker c'è di più, anche se si tende a parlarne poco. Esistono, infatti, realtà produttive convinte che il percorso **dell'assaggio liscio del distillato di ginepro** non sia assolutamente un concetto utopistico. Tutt'altro. Lo spazio è ancora relativamente sgombro perché tale modalità di assaggio è, di fatto, ancora poco esplorata e battuta, quindi potenzialmente interessante in termini economici, come sostengono i titolari di **Gin District, giovane marchio distribuito dalla società emiliana Spirits&Colori**.

Un progetto nato dalla sinergia di quattro soci imprenditori di Milano, ognuno impegnato in un ambito professionale diverso dal beverage: **Marco Lantero (pubblicitario), Cristian Vismara (designer), Mirko Sanchini (automotive) e Luca Lantero (giurista ed esperto di istruzione superiore)**. Inizialmente l'offerta è partita con tre referenze 'di quartiere', prodotte con metodo cold compound e **denominate Brera, Montenapoleone e Isola, rispettivamente contraddistinte da un gusto speziato, floreale e agrumato**.

Un tris di gin a tutti gli effetti pensati e utilizzati nella miscelazione, ai quali si aggiunge ora la **neonata Accademia, referenza che scaturisce da un invecchiamento di tre mesi in botte di barrique vergini della medesima ricetta di Brera**. Il nuovo gin si presenta fresco al palato, con elevato grado di morbidezza e rotondità garantito dal legno, mentre il finale lievemente piccante. Un profilo aromatico che, dunque, si slega da un mero ed esclusivo concetto di miscelazione.

"*Noi lo suggeriamo **in purezza**, strizzando l'occhio a un bevitore di rum e whisky* – conferma serafico **Gianni Fontana**, responsabile dello sviluppo nazionale ed internazionale di Gin District –. *La barrique dona quella morbidezza che lo rende molto piacevole e ci permette di approcciare con più*

ragionevolezza il canale della ristorazione e dell'hotellerie, a cui andiamo quindi a proporre un gin da meditazione, da degustare come post dinner, magari accompagnando il tutto da un buon sigaro".

La promozione della novità si appoggia a eventi del settore. "*Dopo essere stati presenti alla Mixology Experience di Milano e al Vinitaly di Verona, il prossimo appuntamento sarà il* ***Bar Show di Roma****, mentre all'estero parteciperemo al Bar Convent di Berlino dove avremo uno nostro stand. Confermata anche la presenza all'edizione di Atene, mentre stiamo valutando di fare operazioni spot presso locali e alberghi in alcuni paesi dove intendiamo esordire, come Dubai e Singapore*".

Con un quarto gin in portafoglio crescono anche le aspettative di fatturato. "*Nei primi dodici mesi sono state venduto 9 mila bottiglie* – afferma a sua volta **Gabriele Rondani**, commercial e marketing director di Spirits&Colori –. *Con l'aggiunta di Accademia, che produrremo in 500 esemplari in questa prima tornata, prevediamo entro un anno di salire a 15 mila pezzi commercializzati. Gin District ha poi in serbo due novità: un* ***London Dry*** *che sarà probabilmente presentato entro il 2025, mentre in parallelo i titolari stanno studiando* ***la ricetta per una referenza low alcol.*** *Infine, non è escluso che si possano aggiungere al portafoglio altre categorie di alcolici, come quella del vermouth e dell'amaro*".