Il whisky può fare della Corea il nuovo Giappone

K-pop, K-BBQ, K-beauty, K-drama: la cultura coreana ha conquistato il mondo e, scrive Dawn Davies nella sua rubrica di analisi su **Drinks International**, è questione di tempo prima che arrivino anche i suoi spirit, almeno sul mercato britannico. Soju, makgeolli e yakju fanno parte del consumo quotidiano in Corea. Il soju va dal 17 al 40% e di solito si beve a shot con birra e cibo, ma i produttori tradizionali lavorano grano, acqua e nuruk, il fermentante analogo al koji, e fanno spirit complessi, anche invecchiati in giare di terracotta o in legno, mentre le versioni economiche usano la patata dolce e all'estero sono aromatizzate. Davies li trova più facili da capire di sake e baijiu, adatti come base per cocktail, con le versioni a gradazione da tavola in linea con la tendenza a bere meno alcol e quelle colorate e aromatizzate che ricordano i BuzzBallz. L'idea del nuovo Giappone nasce però dal whisky. In Corea le distillerie sono per ora tre e secondo Davies il prodotto è eccellente, con escursioni termiche da meno 30 a più 30 gradi che fanno lavorare molto il distillato in botte: Ki One di Three Societies Distillery ha già vinto medaglie d'oro all'International Spirits Challenge, e Kimchangsoo produce whisky torbati.

«I coreani conoscono già i single malt scozzesi», osserva Davies. Un whisky nazionale può quindi contare su esteri segue una dinamica già vista con Giappone e Messico: quando la cultura di un Paese conquista spazio