SPENCE, PAROLA DI NOBEL

IPPICA, LA SAGA DEI BIASUZZI

L'ITALIA SBARCHERÀ SULLA LUNA

LA JEEP ALLA RI-SCOSSA

IOT, LA RETE DI TUTTE LE RETI

Forbes

NOVEMBRE 2020

Italia 4,90 euro - Anno 4 - N° 27 - Novembre 2020 - Periodicità mensile - Prima immissione: 5/11/2020
Mensile - Poste Italiane Spa - Spedizione in abbonamento postale D. L. 353/2003 (conv. in L. 27/02/2004 n. 46) Art. 1 comma 1 LO/PR

COVER STORY

IL PARTNER GIUSTO PER UNA VITA MIGLIORE

SALUTE, AMBIENTE, SERVIZI
COME CAMBIANO LE ASSICURAZIONI

PATRICK COHEN
AMMINISTRATORE DELEGATO DI AXA ITALIA

FOTO DI ROBERTA BRUNO

Classifiche

I 100 direttori marketing più influenti

ISBN 977-2532958005-5
00317

Forbes Magazine (IT

► 1 novembre 2020

PAESE : Italia

PAGINE :130;131

SUPERFICIE :180 %

PERIODICITÀ : Mensile□□

AUTORE : Di Alessia Bellan

di Alessia Bellan

Un premium (gin) per Frida

La pittrice messicana viene celebrata su un'iconica bottiglia da collezione. Quando l'arte e un grande spirit nato in Toscana s'incontrano, gusto e bellezza arrivano alla massima espressione

Tutti i diritti riservati

PAESE : Italia
PAGINE :130;131
SUPERFICIE :180 %
PERIODICITÀ : Mensile

AUTORE : Di Alessia Bellan

Forbes Magazine (IT

► **1 novembre 2020**

Qual è il legame tra un distillato d'eccellenza e una grande artista? Gli ideatori di **Ginarte** non hanno dubbi: la capacità di trasmettere emozioni e messaggi. Dopo le tre personalizzazioni realizzate dal pittore olandese Lou Thissen, la società fiorentina che ha creato un premium gin d'autore prosegue il progetto celebrativo delle avanguardie grazie a un'importante collaborazione con la Frida Kahlo Corporation. Nasce così una nuova bottiglia limited edition in onore della grande pittrice messicana, che oltre al prezioso distillato vuole racchiudere un messaggio profondamente positivo e d'ispirazione per l'arricchimento della persona e la fiducia nel proprio talento. Un percorso di creatività e crescita personale, quello dell'iconica pittrice messicana, che ben si lega con la filosofia di Ginarte, dove per la lavorazione artigianale di questo celebrato gin tutto italiano viene messa in campo competenza, creatività, ricerca. E tanta passione.

"All'universo interiore dell'artista, che si ritrova in natura così come nell'animo umano, attingiamo per la creazione dei nostri gin. Un viaggio nella bellezza. Una sintesi armonica per questo spirit versatile e raffinato, espressione di forza e delicatezza", spiega Francesco Bargellini, responsabile marketing e vendite Ginarte, vero *spokesperson* del progetto con sede a Ponzano (Greve in Chianti). "Come l'artista crea la sua opera, così viene prodotto il nostro gin. Frutto di intuito, maestria e abilità nell'utilizzo delle materie, realizzato con cura artigianale. Per questo, fra i botanical utilizzati selezioniamo piante che con l'arte hanno un legame particolare, come la nepitella, il cartamo, la reseda odorata, il guado di Montefeltro e la robbia, usate dai pittori del Rinascimento per creare pigmenti colorati. In aggiunta, erbe come angelica, lavanda, ibisco, fiori di sambuco, germogli di pino, pino mugo e aghi di pino consentono di ottenere un gin pulito e complesso allo stesso tempo, da veri intenditori, realizzato da bacche di ginepro selvatico che nascono solo sull'Appennino toscano, infuse in alcol puro ottenuto da frumento e distillate in alambicco discontinuo sotto vuoto per preservarne i profumi più delicati. Tre livelli di distillazione e un finissimo processo di filtrazione, frutto di una tradizione che affonda le sue radici nell'antichità, permettono a tutte le componenti di esprimere al meglio le caratteristiche aromatiche".

Anche la bottiglia dunque si fa arte, proprio come la tela bianca del pittore, il blocco di marmo dello scultore, il pentagramma su cui il musicista andrà a scrivere lo spartito, il foglio che si riempirà delle parole del poeta. È questo e molto altro ancora. La sua essenzialità è la sua forza. Ginarte, da essa contenuta, completa ciò che è un vero capolavoro. E Bargellini, da "Martiniano" convinto, aggiunge che Ginarte è stato concepito anche per rendere questo cocktail più che perfetto. Ma quanto la Toscana ha influito in questa scelta così originale? Per Bargellini "l'idea di un nuovo prodotto rivolto a un mondo così variegato nasce proprio dal forte legame che da sempre si ha con Firenze, città artistica per eccellenza che tutto il mondo ci invidia. L'arte ci è subito apparsa fonte d'ispirazione ideale, perfetta per comunicare l'immagine di un prodotto italiano e di qualità, con un forte appeal internazionale". Ma non ci si ferma al gin. In futuro, svela Bargellini, stanno valutando un progetto legato ad altre declinazioni del prodotto, sempre centrate sul territorio. I prossimi step: continuare il posizionamento e la distribuzione in Italia e nei mercati esteri selezionati. Ginarte è già distribuito in Austria, Belgio, Danimarca, Israele, Brasile, Grecia, Cipro, Regno Unito, Ucraina e, entro l'anno, in Messico e negli Stati Uniti. "Siamo convinti che prima o poi assisteremo a una selezione fisiologica dei moltissimi marchi di premium gin sul mercato, come già avvenuto in altre categorie di spirit. Per questo sarà importante restare coerenti alle proprie strategie di marketing e scelte commerciali".

mostre

IL MAGICO MONDO DI UN'ICONA

La pittrice messicana è celebrata a Milano, nella bella mostra *Frida Kahlo - Il caos dentro*, alla Fabbrica del Vapore fino al 28 marzo. Un percorso che, oltre alle opere, esplora la dimensione artistica, umana, spirituale dell'artista attraverso i suoi abiti e i suoi oggetti, la sua quotidianità e gli elementi della cultura popolare che le erano tanto cari.

Tutti i diritti riservati