



IL “C” FACTOR DI CARDENAL MENDOZA

Novembre 4, 2018 Redazione James Primo Piano Spirits

La terza edizione della “*Cardenal Mendoza Golden Week*”, che si è svolta in tutto il mondo dal 25 al 31 ottobre 2018, è una celebrazione della lunga settimana dell’acclamata acquavite, che viene affinata per almeno 15 anni nelle botti di sherry Pedro Ximenez e Oloroso.

Eventi quali degustazioni dedicate, masterclass, seminari, abbinamento a cocktail si sono svolti in Spagna, Stati Uniti, Porto Rico, Repubblica Dominicana, Panama, Ucraina, Cina, Grecia, Russia, Germania e Italia.

Con la recente rinascita del brandy la Golden Week di quest’anno si è concentrata sul **“C” factor di Cardenal Mendoza**. Da prima dell’ultima settimana d’oro, la “comunità di Cardenal Mendoza”, dai maestri della mixology ai bevitori dedicati, si è concentrata per comprendere il gusto del brandy, con risultati sorprendenti: il pubblico ha apprezzato Cardenal Mendoza con il caffè, nei cocktail, con il cioccolato, in cucina e, ovviamente, con i cigars. Ecco spiegato il **“C” factor**.



“All In”: Rum anejo, Cardenal Mendoza Gran Reserva, Falernum, coulis di banana, orange bitter, lime

BLIND PIG



La scelta del luogo della celebrazione è caduta su **OBLIO**, il Cellar Bar al seminterrato di “PRIMA Comfort Food & Bar” di Via Casale 7, a Milano. L’insight del locale affonda le sue radici nei momenti di libertà di cui l’essere umano ha bisogno, dei momenti in cui si vuole tornare soli e puri, liberati dai rigidi schemi sociali che imbrigliano il nostro pensiero. Questo erano i **Blind Pig**, o Blind Tiger per alcuni, locali nati negli anni ‘30, più democratici degli altolocati Speakeasy, più aperti alle persone e ai loro più intimi segreti. Ma la vera differenza è che il Blind Pig era meno sfarzoso e più informale e che aveva come incarico segreto la divulgazione di alcolici in purezza.



Il nome “Blind Pig” deriva dal fatto che il cliente pagava un biglietto per vedere un’attrazione, spesso animali rari provenienti da tutto il mondo, come i maialini della Groenlandia, e il locale gli serviva una bevanda alcolica in omaggio, eludendo in questo modo i divieti imposti dalla legge proibizionista che vietava lo spaccio di alcolici.

Oblio è un concept poliedrico, nato per regalare ai propri ospiti un luogo intimo in cui godere del tempo che “non passa”, ma anche adatto a proporre momenti di formazione e di racconto, immergendosi totalmente nell’affascinante mondo del drink.

Oblio è aperto a tutti coloro che desiderano avere un posto in cui conservare le proprie etichette, la bottiglia delle grandi occasioni, un vino pregiato che può essere aperto per stipulare un accordo importante, per brindare ad un evento speciale o semplicemente per godersi una serata tra amici che condividono la stessa passione. Da Oblio si predilige il bere “*liscio*”, presentando grandi alcolici in purezza. Gli ospiti possono noleggiare le piccole celle numerate e nominative godendo a pieno dei servizi offerti da Oblio. Giù nell’*oblio* ci sono comode sedute, bottiglie di vino e grandi superalcolici.

EVENTO

All'Oblio, Cardenal Mendoza è stato accompagnato da tapas gourmand e in abbinamento a cioccolato, frutta secca e a un'apprezzatissima *crema catalana* rivisitata per l'occasione. A guidare la serata **Gabriele Rondani**, Marketing & PR Director di Rinaldi, che ha presentato la storia e le novità legate a Cardenal Mendoza. Giornalisti e giovani hanno partecipato attivamente alla serata apprezzando sia i cocktail sia i prodotti assaggiati da soli. Il gentil sesso era ben rappresentato e ha apprezzato soprattutto Cardenal Mendoza Angélus tra i prodotti. Grande successo per i cocktails, creati da tutto il team di Oblio.



COCKTAILS

"PRIMA IO" *Cardenal Mendoza Gran Reserva, Aperol, lime, birra di zenzero*

"PEDRO GONZALEZ" *Vermut al balsamico, benedectine, Cardenal Mendoza Gran Reserva, cordiale agli agrumi*

"ALL IN" *Rum anejo, Cardenal Mendoza Gran Reserva, Falernum, coulis di banana, orange bitter, lime*