

FOOD & BEVERAGE

PER I PROFESSIONISTI E GLI APPASSIONATI

SPUMANTI
Bollicine
un mercato
effervescente

PUGLIA
Meet in Cucina
i protagonisti
si raccontano

Foto Federica Santeusantio



GEOFFROY-CHAPERON
L'intrigante continuità
di Dom Pérignon

Straight e cocktail per Cardenal Mendoza

Paolo Becarelli

Il brandy distribuito da Rinaldi cerca di farsi largo nelle ricette dei barman. Così è stato protagonista di una serie di eventi nei locali italiani organizzati per fare conoscere il suo inconfondibile aroma

Chissà se Rinaldi 1957 riuscirà a bissare il risultato dell'anno scorso. Il distributore italiano del brandy Cardenal Mendoza ha vinto il chilogrammo di oro messo in palio dall'azienda spagnola fra coloro che, nel mondo, hanno fatto la migliore comunicazione di prodotto, ma quest'anno la competizione si preannuncia ancor più serrata. Certo è, però, che la terza edizione di *Cardenal Mendoza Week*, tenutasi dal 25 al 31 ottobre, ha consentito di realizzare nei 12 Paesi in cui si è svolta la manifestazione una serie di eventi per approfondire la conoscenza dei brandy della casa spagnola, caratterizzati dal fatto di venire invecchiati in botti usate per lo sherry e quindi connotati da un caratteristico aroma particolarmente apprezzato non solo dagli intenditori. "Per l'occasione abbiamo pianificato testing, masterclass, proposte di abbinamento e cocktail sessions in tutt'Italia, coinvolgendo bar e ristoranti come il *Baccano* di Roma, *Le Rouge* di Genova, *Bizarre* di Bologna, *Bitter Bar* di Firenze -spiega Gabriele Rondani, Pr & Marketing Director della bolognese Rinaldi 1957- Una serie di appuntamenti con cui vogliamo trasmettere i valori che dal 1887, ossia l'anno di nascita di Cardenal Mendoza, contraddistinguono questo sherry brandy. Ossia un inconfondibile aroma e un metodo di produzione unico al mondo, perché prevede la maturazione in botti precedentemente usate per diversi tipi di Sherry come l'Oloroso e Pedro Ximénez".

Testimonial milanese della *Cardenal Mendoza Week* è stato *Oblío*, nuovo "locale nel locale" perché, come spiega Rudy Corpetti, uno dei due proprietari, si tratta in realtà di un *cellar bar* nello scantinato di *@Prima*, bar ristorante nel modaiolo quartiere dei Navigli, a Milano. Da dicembre *Oblío* sarà aperto dalle 22 alle 5 del mattino e vi si accederà



solo con il passaparola, ma nella serata inaugurale della *week* il barman Marco Serio vi ha presentato tre suoi cocktail a base di Cardenal Mendoza nella versione Gran Reserva (almeno 15 anni di invecchiamento): *Prima io* (piacevolmente fresco, per la presenza di ginger beer richiama il Moscow Mule), *Pedro Gonzales* (versatile after dinner) e *All-In* (con rum, coulis di banana e orange bitter).

"Cardenal Mendoza è un brand ben affermato in Italia e, per valore, fra i primi 5 brandy. Il più venduto è il Gran Reserva con 180 mila bottiglie, seguito dal Carta Real, invecchiato 25 anni, con 20 mila. Buon riscontro sta avendo anche Angelus, in realtà un liquore basato su sherry brandy con arance amare di Siviglia, limoni di Valenza, cannella e chiodi di garofano -puntualizza Rondani- Pertanto la nostra strategia di comunicazione vuole valorizzare sia il consumo straight, cioè il brandy da bere liscio come spirit da meditazione, sia coinvolgere

i giovani, consumatori meno condizionati dalle abitudini e quindi più aperti a sperimentare. Come i cocktail a base di brandy. Anzi, di sherry brandy, perché la loro nota aromatica li rende perfetti protagonisti delle nuove tendenze del bere miscelato".

F&B



Il barman Marco Serio dell'Oblío di Milano, sui Navigli, ha proposto tre suoi cocktail a base di Cardenal Mendoza Gran Reserva, brandy dal caratteristico profumo poiché invecchiato in botti usate per lo sherry

