

IL PROFUMO DI GINTERIOR

The scent of Ginterior



Blend unico con
i “nostri sapori”

A unique blend
of “our flavours”

James Bond lo esigea “shaken, not stirred”, vale a dire “agitato, non mescolato”. E se non è stato forse il più bevuto, il suo Dry Martini (tre parti di gin, una di vodka e mezza misura del vermouth Kina Lillet, con scorza di limone) è certamente il cocktail più visto nella storia del cinema grazie alla saga di 007. E nella coppa sorseggiata vestendo l’immancabile smoking dall’agente di Sua Maestà il ruolo di protagonista lo ha sempre recitato il gin, bevanda alcolica ottenuta per distillazione in cui viene messa a macerare una miscela di erbe, spezie, piante e bacche di ginepro, i cosiddetti botanicals.

Di etichette di gin, ingrediente indispensabile nella preparazione dei cocktail più diffusi e popolari, se ne contano a centinaia. Ed il numero sale negli ultimi tempi con una curva quasi esponenziale, nel moltiplicarsi di nuove miscele caratterizzate da aromi “locali” ed esclusivi, che caratterizzano nuove produzioni territoriali, che fanno della filiera cortissima una sorta di “must”.

ES ha pensato allora di presentarvi tra le sue pagine del gusto una new entry, rigorosamente targato Friuli Venezia Giulia, figlio di una start up – Xedequa il suo nome, significa equa

presenza – che nasconde nel sottotitolo “innovazione e tradizione” il desiderio di far conoscere e apprezzare le bellezze e soprattutto le specialità di questa regione.

“È il frutto di un lungo ed accurato lavoro di studio e ricerca – racconta con genuino entusiasmo Stefania, anima di questa start up – che nonostante il duro lockdown, ha deciso di lanciare questo progetto familiare, un sogno cullato da tempo”.

E già ce li immaginiamo, nella casa-laboratorio, intenti a testare per mesi le diverse combinazioni per creare una bevanda “spiritosa” (così la definiscono) veramente originale. E che Ginterior alla fine sia un gin diverso da tutti gli altri lo testimonia prima di tutto il colore, ma poi soprattutto il profumo, che ti avvolge non appena apri l’originale bottiglia da soql, unica nel suo accurato design.

Partiamo allora proprio dall’inedito colore (per un gin, solitamente bianco cristallino) di questo Old Tom Gin made in Friuli Venezia Giulia. A cosa lo dobbiamo?

“Alle pesche di Fiumicello, le migliori del FVG per antonomasia – sorride orgogliosa Stefania – la prima delle eccellenze del nostro territorio che lo caratterizzano. Lo spirito dell’anima vittoriana del gin lo abbiamo voluto rivisitare in chiave moderna miscelandolo con altri ingredienti unici”.

Avanti, sveliamoli allora...

“Il miele di Marasca del Carso, prima di tutto. Vi assicuro, un prodotto di nicchia assolutamente non comune, anche premiato a ragione come migliore d’Italia. Poi l’infuso di Tarassaco, tipico delle vallate carniche, PAT Prodotto Agricolo Tradizionale FVG. Ed infine, in aggiunta alle nostre famose pesche, i semi dell’erba dei Tartari, che in Italia si trovano solo nei magredi pordenonesi, e si narra che sia stata portata qui dagli zoccoli dei cavalli di quelle genti, secoli or sono. Semi giunti sino a noi, che adesso coltiviamo con cura”.

Il risultato è un’autentica chicca che non può e non deve limitarsi a mera



INFO

Dove trovarlo
/ Where to find it
Palato, via delle Mura 2

Ginterior: colore e profumo unici.

Every piece expresses the artist's identity and tells a unique story.

componente di un cocktail, ci permettiamo di aggiungere dopo averne testato gusto e sapore...

“In effetti, Ginterior è un distillato che può essere gustato anche liscio, leggermente (ma non troppo) freddo. Ma è indubbio che –aggiunge Stefania– con un’acqua tonica di qualità il Gin Tonic che si ottiene è di assoluto rispetto. E lo stesso può valere per un Martini cocktail piuttosto che per un Negroni. Solo per citare i drink più popolari che vengono serviti nel nostro Paese”.

In produzione da poco più di un anno, ma lontano dalla grande distribuzione e al momento destinato soltanto a selezioni bar e ristoranti (non solo italiani), Ginterior by Xedequa, Azienda che gode del marchio “Io sono Friuli Venezia Giulia”, ha già ricevuto premi e riconoscimenti a livello internazionale. Può essere acquistato on-line direttamente da www.xedequa.com, ma a breve – promette Stefania – troverà spazio anche in punti vendita della nostra regione. ■

ENGLISH TEXT

James Bond used to order it “shaken, not stirred”. Thanks to the 007 saga, Vesper Martini (“Three measures of Gordon’s, one of vodka, half a measure of Kina Lillet, [...] a large thin slice of lemon peel”) is surely the most famous, if not the most ordered, drink in the history of cinema. Vesper Martini is served in a cocktail glass and it tastes even better if sipped while wearing a dinner jacket, as the agent of her Majesty’s Secret Service used to do it. This cocktail’s dominant component is gin: a pot-distilled alcoholic drink, which is then re-distilled with juniper berries (main flavour) and other botanical/herbal, spice, floral, or fruit flavours, to extract their aromatic compounds.

Gin today is produced in different ways, using a wide range of herbal ingredients, that, in turn, give rise to a great number of distinct styles and brands. The most recent variations of classic juniper-flavoured gin focus on the use of rare and local herbal mixes, promoting short supply chains and autochthonous botanical varieties.

This is why this issue of IES features one of the latest spirits made in Friuli Venezia Giulia, namely Ginterior, produced by Xedequa start-up company (the name means “equal presence”) their slogan is “innovation and tradition”, as their products aim at representing the region’s beauty and specialties in the world.

“Our work has a solid base of

research and study –co-owner Stefania Zanet enthusiastically explains– my life partner and I launched our start up two years ago, when the whole country was locked down due to the pandemic and we spent month after month at home, with (finally) enough time to make our life-long dream come true.”

Imagine them in their home-workshop, busy testing different flavour combinations, month after month, to create the most unique distilled liquor in existence. And so, Ginterior was born: unique colour and unique scent –an enveloping fragrance emanating from the original 50cl (17oz) design bottle.

Let us start with Ginterior’s colour, so different from gin’s traditional pure white. Why is this Old Tom Gin made in FVG so colourful?

“First and foremost thanks to Fiumicello peaches –is Stefania’s proud answer– a local flagship product. We decided to take gin’s traditional Victorian spirit (pun intended!) and add a more contemporary touch to it, by mixing it with unique ingredients”

...such as?

“The Karst’s very own Marasca honey, of course a rare delicacy, believe me. Then there is Dandelion infusion, a specialty from the Carnia region. And, finally, seeds of Crambe tataria Sebeók, known in these parts as ‘Tartar weed’. According to legend, this particular weed reached the magredi (lit. ‘terre magre’, namely poor lands) of Pordenone travelling underneath the hooves of the Tartar horses many centuries ago. Its seed has survived to this day, which is why we cherish it”.

The resulting spirit is absolutely amazing, and its flavour is so unique that it would be a shame to use it simply as a spirit base for cocktails...

“Ginterior was actually born to be tasted straight and only slightly chilled. However, with the addition of high quality tonic water it makes a mean Gin and Tonic. Or a Vesper Martini, or a Negroni, just to name a few of the most popular gin cocktails served in Italy”.

Ginterior is currently distributed only to selected bars and restaurants, both in Italy and abroad. After only one year on the market, it has earned the trademark “Io sono Friuli Venezia Giulia” [lit. I am Friuli Venezia Giulia] and has already been awarded numerous international accolades. It is available for online purchase at xedequa.myshopify.com, and it will soon appear on the shelves of selected retailers in the region Stefania Zanet promises. ■



	BARCOLANA 2022	OLIO SU VELA	
	STA COSA NON HA ALCUN SENSO: SIAMO UNA BARBERIA.		
	THIS MAKES ABSOLUTELY NO SENSE: WE'RE A BARBER SHOP.		