

## SETTE ERBE DELL'ANTICA ROMA PER L'ITALIANISSIMO SEVEN HILLS DRY GIN CHE GIÀ CONQUISTA IL MONDO

5 Dicembre 2017



L'AQUILA - Prendi tre amici barman in giro per il mondo dietro i migliori banconi, sette ingredienti sapientemente scelti tra le erbe dell'Antica Roma, una buona dose di follia e distilla tutto insieme. È nato più o meno così l'italianissimo VII Hills Dry Gin, con **Danilo Tersigni, Filippo Previero e Federico Leone** che investendo i propri stipendi nell'agosto 2014 hanno portato alla distilleria Torino di Moncalieri la loro ricetta.

Da quel momento è stato un crescendo, con il prodotto che ha conquistato Belgio, Olanda e quell'Inghilterra che ne è considerata la patria per antonomasia, e si appresta ad invadere Spagna, Portogallo e Grecia. Con un unico rammarico: l'italianissimo seven Hills ottiene le soddisfazioni commerciali minori proprio in madrepatria.



Gradevole al gusto, stimolo di salivazione che ricorda le migliori bollicine, delicato e dry sul finale, il gin prodotto dalla cordata romana è stato narrato, e miscelato, al gastro-pub Public Enemy dell'Aquila dal brand ambassador Federico Leone (*foto accanto*), ad un'intima platea di appassionati e addetti ai lavori.

I sette ingredienti che danno vita all'intenso aroma mediterraneo - camomilla romana, rosa canina, citrus sinensis, iuniperorum, cynara, apium e melograno - vengono infusi per quindici giorni in una soluzione idroalcolica, prima di essere distillati sottovuoto in un moderno alambicco.

“Noi italiani siamo piccoli ma fonte di ispirazione”, ha ben ricordato Leone, spiegando la filosofia del brand “Inspired, designed and made in Italy”, che vuole rendere l'idea della grandezza di un Paese che, a dispetto degli inglesismi che prevalgono anche sull'etichetta del VII Hills, coi suoi circa cento liquori differenziati vanta un patrimonio tra i più ricchi al mondo.

Poco più di tre anni, nei quali il gin italiano, anzi romano, frutto degli antichi ingredienti provenienti dai colli sui quali, secondo la leggenda, fu costruita Roma, ha già una volta cambiato packaging.

Oggi in commercio con una bottiglia affusolata, “la più alta sul mercato, segno della propria ambizione”, scherza il brand ambassador, con un collo alto che asseconda le velleità del barman. Forma che, con il VII in bella vista, non fa che ricordare la colonna di un antico e glorioso tempio romano. Ed è solo uno degli 80 gin prodotti in Italia. (*m.sig.*)