

High quality gins inspire mixologists to get creative

Published Saturday August 13th, 2011
Times Transcript

E4

The story of gin begins in the 16th century when gin's first cousin, genever, became the national drink of the Dutch.

This marriage of grain spirit, juniper berries, herbs and spices was well known in England from the 1640s onwards, due to the hundreds of mercenaries returning from long wars in the Low Countries where they had encountered the local brew as fiery grog given to steady nerves before battle. Dutch courage they called it.

Then, however, the English, unlike their Celtic neighbours, were not generally spirits drinkers.

Once Dutch King William arrived on the British throne in 1688, drinking habits changed dramatically. Genever, now known as gin, became the drink at court. The fashion for gin, alongside legislation to deregulate distilling and a ban on the import of anything French, created a domestic distilling industry. There followed the well-documented years of gin madness, especially in London where, in 1733, the city officially produced 11 million gallons of gin, 14 gallons for every resident - man, woman and child.

In 1751 came the first effective legislation to tackle the gin epidemic. Over the next 50 years, increasing control and taxation drove out the back street boys leaving only reputable companies. These gentlemen distillers of London took advantage of the invention of the continuous still to make pure spirit in cost-effective quantities.

Now, instead of disguising the flavour of rotgut alcohol with sugar and strong flavourings, the new type of spirit could be

L'histoire du gin

Le Times Transcript

Le 13 août, 2011

L'histoire du gin débute au seizième siècle lorsque le cousin du gin, le *genièvre*, est devenu la boisson nationale des Hollandais. Ce mariage du spiritueux de grains, des baies de genièvre, des herbes et des épices était bien connu en Angleterre à compter des années 1640 en raison des centaines de mercenaires qui revenaient de longues guerres dans les Pays-Bas où ils avaient découvert cette boisson locale comme boisson incendiaire pour calmer les nerfs avant la bataille. Ils l'appelaient le **courage hollandais**.

À cette époque, les Anglais, contrairement à leurs voisins celtes n'étaient pas des amateurs de spiritueux. Lorsque le roi hollandais Guillaume a pris le trône britannique en 1688, les habitudes de consommation ont changé considérablement. Le genièvre, qui était désormais appelé gin est devenu la boisson de la cour. La mode du gin, en plus de la législation de déréglementation de la distillation et d'une interdiction d'importation de tout produit de France, a entraîné la création d'une industrie de distillation locale. Les années bien documentées de la folie du gin ont suivi, surtout à Londres où, en 1733, la ville a produit officiellement 11 millions de gallons de gin, soit 14 gallons par habitant de la ville – homme, femme et enfant.

En 1751, on a adopté la première législation pour lutter contre l'épidémie du gin. Au cours des cinquante prochaines années, un plus grand contrôle et une plus forte imposition ont éliminé les distillateurs clandestins pour laisser la place aux entreprises de bonne réputation. Ces distillateurs de Londres ont profité de l'invention de l'alambic à circuit continu pour créer des spiritueux purs en quantités rentables. À ce moment, au lieu de déguiser la saveur de l'alcool brut avec du sucre et des aromatisants forts, le nouveau type de spiritueux pouvait être redistillé ou rectifié avec des aromatisants botaniques subtils pour produire une boisson nette, non sucrée, incolore appelée London Dry Gin. À partir des années 1850, le style London Dry est devenu la définition de la catégorie. C'est toujours le cas aujourd'hui, sauf quelques exceptions que nous découvrirons plus tard.

On pourrait dire que les années 1950 et 1960 étaient

<p>redistilled, or 'rectified' with subtle botanical flavourings to produce a clean, unsweetened, colourless drink known as London Dry Gin. From the 1850s onwards, the London Dry style came to define the category. It still does apart from a few exceptions, of which we'll learn more later.</p> <p>Arguably the 1950s and the 1960s were gin's heyday. This was a time when if you walked into any bar anywhere and ordered a martini, it would be made with gin.</p> <p>Approximately 50 per cent of any cocktail list would be made with gin. But all that ended with the growing dominance of vodka. By the 1970s, gin was almost stagnant in terms of growth. Even worse, it had lost its iconic image and was perceived as the opposite of cool.</p> <p>What was old is now new again and gin is once more the star of the cocktail scene.</p> <p>Its revival began in 1988 when Michel Roux, the creator of Absolut Vodka, developed a speciality premium gin called Bombay Sapphire. Stylish packaging and a less juniper-dominated taste profile attracted a younger audience.</p> <p>But perhaps the most significant achievement of the Bombay Sapphire phenomenon was that it proved it was possible to reinvent an entire category.</p> <p>The success of Bombay Sapphire was the catalyst for a wave of activity in the gin market, with new product development and innovation coming from both newcomers and long-established brands. Behind all this energy is a clear strategy - to create distinctive products for the super premium market and to respond to the demands of the burgeoning cocktail sector. There is no question that the rebirth of cocktail culture is driving gin's recovery.</p> <p>No two gins taste quite the same and high quality gins with interesting new flavours inspire today's mixologists to come up with drinks that showcase gin's unique personality, as well as different brands' specific botanical recipes. These appeal to</p>	<p>la période de pointe du gin. C'était une époque où lorsque vous demandiez un martini dans un bar il était fait avec du gin. Environ cinquante pour cent de tous les cocktails de toute liste étaient faits avec du gin. Cette tendance a été achevée par la dominance croissante de la vodka. Dans les années 1970, le gin était rendu presque stagnant en termes de croissance. Encore pire, il avait perdu son image et il était perçu comme l'anti-cool.</p> <p>L'ancien est redevenu nouveau et le gin est redevenu la vedette du milieu des cocktails. Sa renaissance a débuté en 1988 quand Michel Roux, le créateur de la vodka Absolut a lancé un gin de haute gamme appelé Bombay Sapphire. L'emballage moderne et le profil de saveur moins dominé par le genièvre a attiré un auditoire plus jeune. Possiblement le plus grand accomplissement du phénomène Bombay Sapphire était qu'il a prouvé qu'il était possible de réinventer une catégorie au complet.</p> <p>Le succès du Bombay Sapphire était le catalyseur d'une vague d'activité sur le marché du gin avec le développement de nouveaux produits et l'innovation provenant des nouvelles marques et des marques établies. Derrière toute cette énergie, on retrouve une stratégie nette – créer des produits distincts pour le marché de très haute gamme et répondre aux demandes du secteur croissant des cocktails. Il ne fait aucun doute que la renaissance de la culture des cocktails pousse la récupération du gin.</p> <p>Les gins ont tous des saveurs différentes et les gins de grande qualité avec des nouvelles saveurs intéressantes inspirent les spécialistes en cocktails à créer des boissons qui soulignent la personnalité unique du gin ainsi que les recettes botaniques spécifiques des différentes marques. Ces créations plaisent aux consommateurs éduqués et sophistiqués et ceux-ci ont démontré un intérêt renouvelé pour les cocktails classiques au gin comme le Dry Martini et un désir d'expérimenter avec les nouveaux martinis au gin faits avec des fruits frais, des herbes et des épices. Pour les boissons hautes, le gin et tonic est dépassé par les versions sophistiquées du Tom Collins comme le Crimson Fizz.</p> <p>La partie supérieure du marché est où se trouve l'action. Ceci signifie que les gins forts (40 % d'alcool et plus) de style London Dry, faits avec un spiritueux de grains de grande qualité, redistillé ou rectifié avec une vaste gamme d'aromatizants botaniques naturels, principalement le genièvre et la coriandre.</p> <p>Non affecté par la tradition, les nouveaux arrivants dans la catégorie n'ont pas peur d'expérimenter.</p>
---	---

educated and sophisticated consumers who have shown a renewed interest in classic gin cocktails like the dry martini and a desire to experiment with the new gin martinis made with fresh fruit, herbs and spices.

The top end of the market is where it's at. That means high strength gins (40 per cent alcohol and above) in the London Dry style, made with a high quality grain spirit, redistilled or rectified with a range of natural botanical flavourings, principally juniper and coriander.

Unhampered by tradition, new arrivals to the category have not been afraid to experiment. Hendrick's Gin adds a final distillation of rose petals and cucumber to create what its producers describe as "A most unusual gin."

The established players have diversified too. A major innovation was Diageo's introduction of Tanqueray 10 in 2000. Made with fresh fruit botanicals as well as the more traditional ingredients, Tanqueray 10 is adored by the style set. Indeed, it is considered the gin for the dry martini.

Plymouth Gin is not a London Dry Gin. Plymouth Dry has its own 'appellation contrôlée' and, by law, can only be made within the city of Plymouth. Once an iconic brand, from the 1960s onwards it was passed around amongst brand portfolios which virtually destroyed its image and values. In 1996, Plymouth Gin was acquired by private investors who re-established the distinctive character of the brand with great success.

So has all this activity had any effect on the bottom line? Recent research demonstrates that gin sales are gently on the rise with growth led by the premium sector and the fashion for in-home drinking.

Here are some tasting notes on some gin products found at NB Liquor stores:

* Beefeater: Well-balanced and distinctively juniper on the palate with lemon and orange very evident. Spicy clean finish, 750 ml, and \$25.49.

Hendrick's Gin ajoute une distillation finale de pétales de rose et de concombre pour créer ce que ses producteurs appellent un « gin très inhabituel ». Hendricks a réussi à lancer le concept du service d'un gin et tonique avec une pointe de concombre au lieu de la traditionnelle pointe de lime ou de citron afin de souligner la saveur distinctive de la marque.

Les marques établies se sont aussi diversifiées. Une grande innovation a été l'introduction du Tanqueray 10 par Diageo en 2000. Fait avec des botaniques de fruits frais ainsi que des ingrédients plus traditionnels, le Tanqueray 10 est adoré par les gens à la page. Il est le considéré LE gin pour le martini sec.

Allied Domecq, propriétaires du célèbre Beefeater ultra London Dry Gin, ont récemment lancé *Wet*, un gin aromatisé à la poire, aux États-Unis et en Espagne. Malheureusement pour nous (puisque Beefeater est un superbe gin), la plupart des activités de Beefeater sont concentrées sur ces marchés.

Plymouth Gin n'est pas un London Dry Gin. Plymouth Dry a sa propre « appellation contrôlée » et, selon la loi, il peut seulement être fait dans la ville de Plymouth. Autrefois reconnue comme marque de prestige, à partir des années 1960, il a été passé à plusieurs gammes de produits ce qui a eu pour effet de détruire son image et sa valeur. En 1996, Plymouth Gin a été acquis par des investisseurs privés qui ont rétabli le caractère distinct de la marque avec beaucoup de succès.

Est-ce que toutes ces activités ont eu un effet sur les bénéfices nets ? Les recherches récentes démontrent que les ventes de gin sont légèrement à la hausse et la croissance est menée par le secteur de haute gamme et la mode pour la consommation à la maison. En effet, 75 pour cent du volume de gin est maintenant généré dans les supermarchés (É.-U.) et hors permis : les inventions des créateurs sont maintenant les boissons que les gens font à la maison. Ne soyez pas surpris de voir que lorsqu'on vous offre un gin, ce sera dans un Angel Face, un Negroni, un Bramble ou l'un des nombreux autres cocktails au gin qui sont actuellement à la mode.

Voici quelques notes de dégustation sur les produits du gin qu'on retrouve sur les étagères d'Alcool NB :

BEEFEATER

Bien équilibré avec du genièvre distinct au palais et une grande évidence de citron et d'orange. Fini net et épicié, 750 ml, 25,49 \$.

BOMBAY SAPPHIRE

<p>* Bombay Sapphire: Understated juniper with Parma violet and a melange of spices giving floral, slightly scented notes. Smooth but rather thin finish, 750 ml, and \$26.99.</p> <p>* Hendricks Gin: Robust juniper and citrus flavours enhanced with fresh, floral, slightly aromatic notes. Silky smooth texture and mouth-feel, 750 ml, and \$45.99.</p> <p>* Plymouth Dry Gin: Elegant in the mouth with a range of complex fruity notes, luscious marshmallow and hints of sage and eucalyptus. Rich rounded finish, 750 ml, and \$28.99.</p> <p>* Tanqueray 10: An immediate impression of core citrus and juniper accented by soothing notes of chamomile enlivened with hints of grapefruit, orange and lime. Exceptionally smooth finish, 750 ml, and \$44.99.</p>	<p>Touche sous-jacente de genièvre avec des violettes de Parme et un mélange d'épices donnant des notes florales légèrement parfumées. Fini doux mais plutôt mince, 750 ml, 26,99 \$.</p> <p>HENDRICKS GIN Saveurs robustes de genièvre et d'agrumes rehaussées par des notes aromatiques fraîches, florales et légèrement aromatiques. Texture et sensation en bouche soyeuses, 750 ml, 45,99 \$.</p> <p>PLYMOUTH DRY GIN Élégant en bouche avec une plage de notes fruitées complexes, de guimauves moelleuses et un soupçon de sauge et d'eucalyptus. Fini rond et riche, 750 ml, 28,99 \$.</p> <p>TANQUERAY 10 Une impression immédiate d'agrumes et de genièvre au cœur complétement par des notes de camomille ravivées par des soupçons de pamplemousse, d'orange et de lime. Fini exceptionnellement moelleux, 750 ml, 44,99 \$.</p>
<p>In the Spirits was written by NB Liquor product advisor Josée Nolan of Edmundston.</p>	<p>En esprit a été rédigé par Josée Nolan, conseillère en produits, Edmundston.</p>