

# BarTales



N. 4 | DICEMBRE 2013

## *Face to face*

**PROFUMO DI DONNE  
NONINO, LA REGINA  
DELLE ACQUEVITI**

## *Liquid story*

**MULLED WINE  
LA FORZA  
CORROBORANTE  
DEL VIN BRULÈ**

## *Ritual party*

**SACRE DOLCI  
BOLLICINE**

# RED PASSION

**L'ENERGIA VITALISSIMA  
DEGLI INTRAMONTABILI BITTER**



JGASCO.IT



**PREMIUM  
GINGER**

**PREMIUM  
INDIAN TONIC**

**PREMIUM  
CEDRATA**

**PREMIUM  
GINGER BEER**

**PREMIUM  
GINGER ALE**

**PREMIUM  
LEMONADE**

ITA

Il rosso amaro che conquista il mondo, ideale per aperitivi, liscio o miscelato.

Un gusto internazionale, ottimo compagno dei migliori cocktail.

Un frutto e un sapore del passato, da bere liscio o miscelato, per un gusto moderno.

Una ricetta antica con quel pizzico di zenzero che la rende inimitabile.

Quel sapore anglosassone e raffinato che conquista il palato dei veri intenditori.

Un'accurata scelta dei migliori limoni per un sapore unico.

ENG

*The red bitter drink that conquered the world, perfect for aperitifs or simply mixed.*

*The internationally renowned drink. Great when mixed with the best cocktails.*

*A fruit from the olden days which can be enjoyed as is or mixed for a more modern taste.*

*An antique recipe from the olden days with a hint of ginger that awards its uniqueness.*

*The refined English aroma for true connoisseur's palate.*

*A unique taste from our carefully selected lemons.*

FRA

*Le rouge amer qui a conquis le monde c'est l'idéal pour vos apéros, nature ou en cocktail.*

*Le goût international qui accompagne vos meilleurs cocktails.*

*Une boisson héritage du passé, à boire nature ou en cocktail, pour un goût tout contemporain.*

*Une recette ancienne avec cette petite touche de gingembre qui la rend inimitable.*

*Une saveur anglosaxonne et raffinée qui conquiert les amateurs les plus exigeants.*

*Une sélection rigoureuse des meilleurs citrons à la saveur unique.*

DE

*Der bitter Rot, der die Welt erobert, ideal für Aperitifs, pur oder gemischt.*

*Ein internationaler Geschmack sehr gut Freund der besten Cocktail.*

*Ein Obst und ein vergangener Geschmack pur oder gemischt zu trinken, für einen modernen Geschmack.*

*Ein altes Rezept mit einem Prise von Ingwer, das es unvergleichlich macht.*

*Ein angelsächsischer und raffinierter Geschmack, der der Gaume von richtigen Kenner erwerbt.*

*Eine sorgfältige Wahl der besten Zitronen für einen einzigen Geschmack.*

SPA

*El rojo amargo conquistador del mundo, ideal para los aperitivos, solo o mezclado.*

*Un sabor internacional excelente compañero de los mejores cócteles.*

*Una bebida para tomar sola o mezclada en la que se conjugan sabor moderno y pasado.*

*Una receta antigua con ese toque de jengibre que la hace inimitable.*

*Un sabor anglosajón y exquisito que ha conquistado los paladares más exigentes y conocedores.*

*Una cuidadosa selección de los mejores limones para darle un sabor único.*

JAP

世に広く知れ渡るこの赤くビターなドリンクは、アペリティブとしてもミックスとしても、うってつけです。

世界中で知られているドリンク。カクテルとミックスするのに最適です。

昔ながらのフルーツでありながら、モダンなテイストを楽しめます。そのままでも、混ぜてもお楽しみいただけます。

ジンジャーの持つ独特な香りが特徴の、古くから伝わる伝統のレシピです。

上質の味わいを楽しみたい方のための洗練されたイギリスの香りです。

厳選された上質のレモン味です。

COD. EAN

8 056736 060032

8 056736 060049

8 056736 060025

8 056736 060063

8 056736 060056

8 056736 060018

**Vassoi - 24 BT X 20.CL**

Tray - 24 BT X 20.CL

Plateaux - 24 BT X 20.CL

Tablette - 24 FL X 20.CL

Bandejas - 24 BT X 20.CL

1トレイあたり24本  
(1本あたり20cc)

**84 vassoi per pallet**

84 trays per pallet

Palette à 84 plateaux

84 Tablette pro Tablette

84 bandejas por pallet

1パレットあたり84トレイ

**12 vassoi per strato**

12 trays per layer

12 plateaux par couche

12 Tablette pro Schicht

12 bandejas por estrato

1段あたり12トレイ

**Peso Cartone: 8,64 Kg**

Carton Weight: 8.64kg

Carton: poids 8,64 Kg

Kartongewicht: 8,64 kg

Peso por cartón: 8,64 Kg

1箱あたりの重量: 8.64Kg

**Peso Pallet: 755 Kg ca. (compreso il pallet)**

Pallet Weight: 755kg approx. (pallet included)

Palette: poids 755 Kg approximé - (y compris la palette)

Paletgewicht: ungefähr 755 kg (einschließlich Palette)

Peso por palet: 755 Kg de aproximado - (palet incluido)

パレット重量: 約755Kg(パレット込)

J.Gasco srl

Largo Borgarelli, 44  
15057 Tortona (AL) Italia

T + 39 0131 48 02 95  
F + 39 0131 02 01 24

P.IVA 10873780018  
info@jgasco.it



- 5** **L'editoriale** di Melania Guida  
TEMPO AL TEMPO
- 7** **Il saluto dei presidenti**  
ASPETTANDO SAINT VINCENT
- 8** **News DAL MONDO**
- 10** **Ritual drink**  
SORSI DI AUGURI
- 14** **Face to face** di Melania Guida  
PROFUMO DI DONNE
- 20** **Trend** di Fabio Bacchi  
RED PASSION
- 26** **Focus on** di Giuseppe Buongusto  
BENVENUTI ALL'OH LA BAR
- 30** **Cocktail story** di Luca Picchi  
3/3 DI NOBILTÀ
- 36** **Liquid story** di Leonardo Leuci  
MULLED WINE
- 40** **Ritual party** di Fulvio Piccinino  
SACRE DOLCI BOLLICINE
- 44** **Bar story** di Gianni Zottola  
(ha collaborato Fabio Bacchi)  
DON THE BEACHCOMBER
- 50** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli  
ROSSO MELOGRANO
- 54** **Hot spirit** di Gianluca Camazzola  
LA FATA VERDE DALLE ORIGINI AL ROGO
- 60** **Book corner** di Alessandro Palanca  
MINT JULEP - IL COCKTAIL DIMENTICATO

**BarTales** N. 4 | DICEMBRE 2013

**DIRETTORE RESPONSABILE**

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

**REDAZIONE**

**Fabio Bacchi**

(fabiobacchi@bartales.it)

**ART DIRECTOR**

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

**HANNO COLLABORATO**

**Giuseppe Buongusto, Gianluca Camazzola, Giovanni Ceccarelli, Leonardo Leuci, Alessandro Palanca, Luca Picchi, Fulvio Piccinino, Gianni Zottola**

**EDIZIONE WEB A CURA DI**

**Dinamica Digitale srl**

(info@dinamicadigitale.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

**Illustrazione di copertina**

www.ingimage.com (con elaborazione grafica)

© COPYRIGHT

**BARTALES - Tutti i diritti sono riservati.**

**Nessuna parte di questa pubblicazione**

**può essere riprodotta. Ogni violazione**

**sarà perseguita a norma di legge**

# TEMPO AL TEMPO

**T**empus fugit. È sempre sorprendente quanto, nonostante l'evidenza della massima latina, il tempo corra, galoppi inesorabile e quasi sempre a nostra insaputa. Sembra ieri l'uscita del primo numero di BarTales (il numero zero, per l'esattezza) che siamo già a Natale. Tempo di festa, pausa meditativa. Tempo per ritrovare il tempo senza che ci sfugga di mano. Tempo per pensare. Come durante la distillazione (che è quintessenza della vendemmia) coniugando, ricorda Cristina Nonino (*a pag. 16*), una riflessione saggia sulla natura e sull'uomo. Sulle radici profonde che ci ancorano alla terra. Tempo di desideri e buoni auspici. È anche per questo che abbiamo pensato a un numero più ricco, con qualche rubrica e un po' di pagine in più. Nell'auspicio che ci sia più tempo da dedicare alla lettura e perché no? alla sperimentazione di ricette originali. Come quelle (*a pag. 12*) che alcuni tra i migliori bartender hanno immaginato per



un augurio speciale, diverso, pur sempre nella fedeltà a quell'italian touch che in molti ci invidiano.

Tempo per stare bene insieme. Come insegnava quel pirata di Beachcomber (*a pag. 42*) che con il look da avventuriero e l'aria da sognatore rivoluzionò il significato di bar. Che da quel momento diventò il rifugio – scrive mirabilmente J.R. Moehringer – per ogni bisogno. Il luogo dove andare “quando ave-

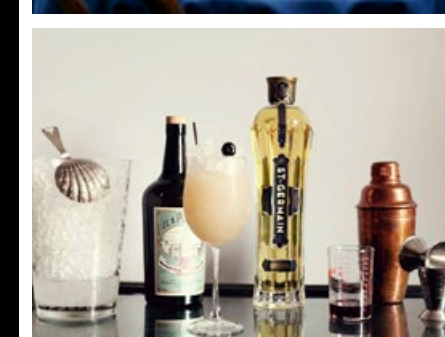
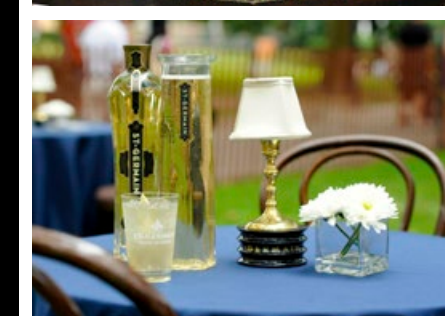
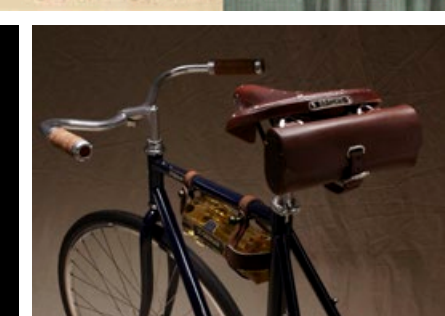
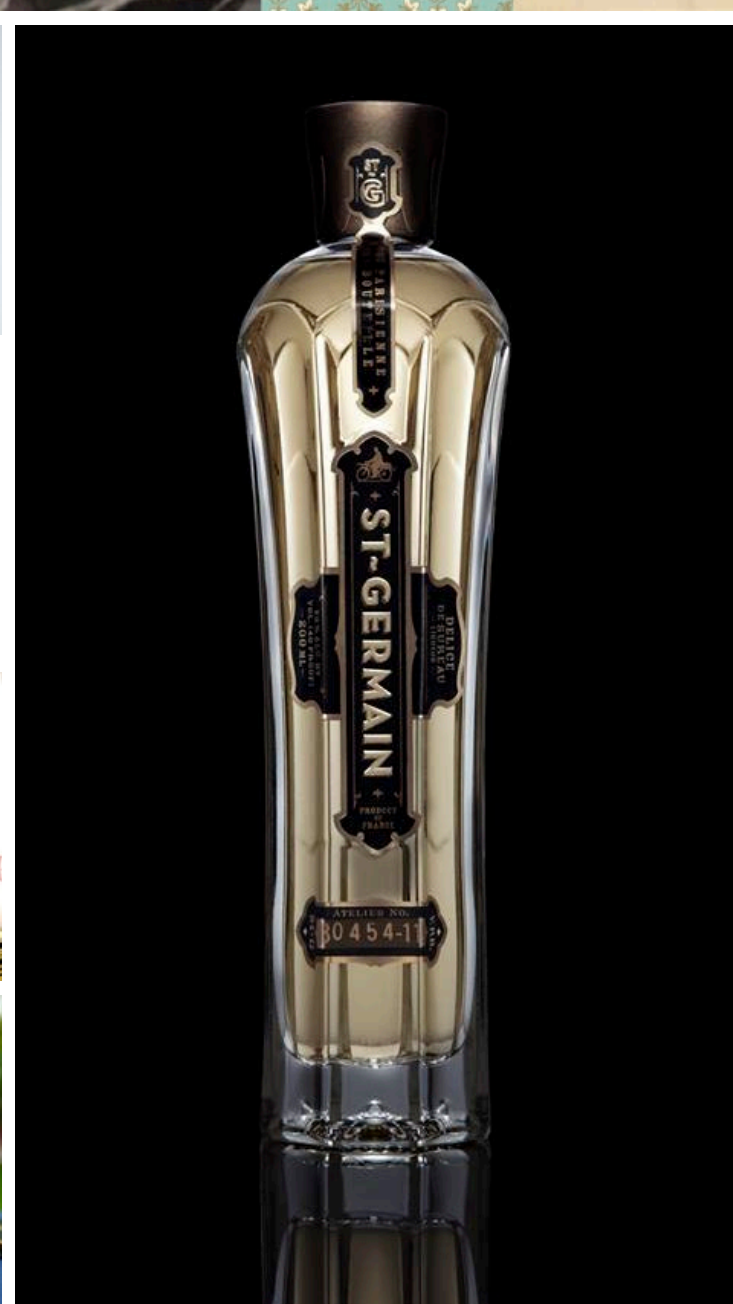
vamo sete, naturalmente, e fame, e quand'eravamo stanchi morti. Se eravamo felici, per festeggiare, e se eravamo tristi, per tenere il broncio. E quando non sapevamo di cos'avevamo bisogno, nella speranza che qualcuno ce lo dicesse. Ci andavamo in cerca d'amore o di sesso, o di guai, o di qualcuno che era sparito perché prima o poi capitava lì. Ci andavamo soprattutto quando avevamo bisogno di essere ritrovati”. Al “Bar delle grandi speranze” s'intende. Leggetelo, tempo permettendo.



SUREAU



20% ALC. BY VOL. (40 PROOF)  
750 ML -  
Paris 12<sup>e</sup> arr.





# ASPETTANDO SAINT VINCENT

**A.I.B.E.S. Associazione Italiana Barmen e Sostenitori**

**C**arissimi bartender, soci e non, lettori di BarTales, sostenitori e rappresentanti della produzione, il Concorso Nazionale è uno dei momenti più aggregativi di AIBES. Saint Vincent e il Grand Hotel Billia sono dei posti speciali per la nostra associazione dove sono state scritte molte pagine della nostra storia. Per un socio AIBES concorrere a Saint Vincent ha un sapore speciale. Il nostro invito e saluto è rivolto a voi tutti. Con il piacere di vedervi numerosi porgiamo sin da ora il nostro più cordiale benvenuto in Valle d'Aosta dove saremo ospiti della locale sezione AIBES in una delle più prestigiose strutture alberghiere d'Italia.

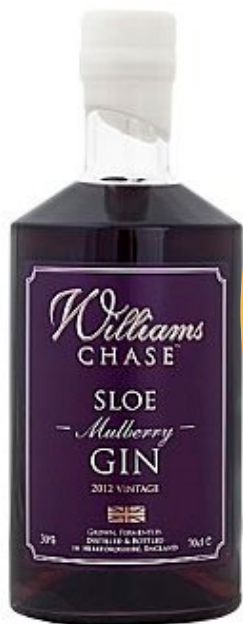
**Pietro Attolico**

*Presidente Aibes Promotion Srl*

**Andrea G. Pieri**

*Presidente A.I.B.E.S.*

<b>MERCOLEDÌ 11 DICEMBRE</b>	Ore 13:00	Lunch
	Ore 15:00	Incontro Presidenti-Fiduciari
	Ore 15:00	Arrivo di concorrenti, delegati e sistemazione alberghiera
	Ore 15:30	Apertura 64° Concorso Nazionale e Master "Contemporaneamente Bartender" a cura di Stefano Nincevich
	Ore 16:30	Master Illva Saronno
	Ore 17:30	Master "Vendere in tempo di crisi" a cura di Roberto Provana
	Ore 20:00	Aperitivo Illva Saronno
	Ore 20:30	Dinner
	Ore 22:00	Selezione Show Flair per finale I.B.A. 2014-South Africa
	Ore 23:00	Verifica ricette
<b>GIOVEDÌ 12 DICEMBRE</b>	Ore 8:30	Esame scritto e orale cat. "Premio Angelo Zola"
	Ore 8:30	Concorso categoria Fancy
	Ore 11:00	Master Fabbri
	Ore 12:00	Master Didattico
	Ore 13:00	Aperitivo Fabbri "Zero Alcol"
	Ore 13:00	Brunch (circa 300 pax)
	Ore 14:00	Concorso "Premio Angelo Zola"
	Ore 14:30	Concorso categoria Fancy
	Ore 15:00	Master Martini & Rossi
	Ore 17:00	Master Mavidrink
	Ore 18:30	Finalissima
	Ore 19:30	Premiazioni
	Ore 20:30	Aperitivo Martini & Rossi
Ore 21:00	Gala Dinner Mionetto	
Ore 23:30	Night Entertainment	
<b>VENERDÌ 13 DICEMBRE</b>		Rientro alle proprie sedi



## CHASE SLOE E MULBERRY

La Distilleria Chase ha lanciato in UK il suo nuovo Sloe Gin ottenuto da un'infusione di 8 mesi con prugne dello Herefordshire e gelsi inglesi. William Chase si dichiara entusiasta dell'utilizzo di un frutto antico e dimenticato come il gelso che ha saputo mantenere, nel tempo, il sapore originario di frutto selvatico nonostante i cambiamenti ambientali. La campagna pubblicitaria ha avuto come ispirazione "la ricerca del gelso, frutto dimenticato". Il prodotto è in edizione limitata e porta in etichetta l'anno di produzione. Ha 30° ABV.

## MAGNUM SOLIDALI

Questo mese si svolgerà un' asta benefica di magnum di Freisa di Chieri presso Villa della Regina. Le magnum di questo rinomato vino, provengono dalla vigna messa a dimora nel terreno adiacente la residenza sabauda, unico esempio di "Vigna di Città" in Italia. Torino vanta questo primato, insieme a Vienna e Parigi, dal momento che l'apezzamento rientra all'interno dell'antica cinta cittadina. Nell'occasione ci sarà anche il gemellaggio con il giardino vitato di Montmartre, un importante riconoscimento al lavoro di recupero operato dall'azienda vinicola Balbiano, proprietaria della pregiata vigna. I proventi dell'asta andranno al progetto di recupero degli interni della Villa e alla fondazione di Marco Berri che da anni si occupa di costruire ospedali nelle zone disagiate del mondo.

## SHUI JING FANG BAIJIU

È iniziato dalla Gran Bretagna il processo di introduzione del white spirit cinese Shui Jing Fang che DIAGEO ha intrapreso in Europa. Il Baijiu, che in cinese significa liquore bianco, è un tipico distillato di cereali misti tra cui anche riso e miglio ma la principale materia prima è il sorgo. Obiettivo di mercato è intercettare il mercato delle comunità orientali presenti in Europa Occidentale.







## BEST WORLD WHISKY

Jim Murray ha citato nella sua Whisky Bible 2014 il single malt Glenmorangie Ealanta come migliore whisky del mondo. Ealanta è invecchiato 19 anni in un particolare lotto di botti di quercia americana. Bill Lumdsen, Master Distiller & Whisky Creator di Glenmorangie afferma essere proprio le botti il segreto di Ealanta.



## BEEFEATER 24 GLOBAL

Jason Williams del The Rook Bar di Sidney si è aggiudicato la corona della 3° edizione della Beefeater 24 Global Competition durante la finale mondiale che si è tenuta a Londra. Nella super sfida alla quale hanno preso parte i migliori otto concorrenti, Jason ha presentato la sua ricetta vincente: un mix di Beefeater 24, liquori di arancia e pesca, succo di limone, Frankincense bitter e tè verde.

## AIBES COMPETITION

Si svolgerà al Grand Hotel Billia di Saint Vincent, in Valle d'Aosta, dal 10 al 12 dicembre 2013, il 64° Concorso Nazionale AIBES durante il quale 120 concorrenti selezionati in tutte le regioni italiane si confronteranno per il titolo di rappresentante italiano all'International Bartender Association World Cocktail Competition che nel 2014 si svolgerà a CapeTown in Sud Africa.



# SORSI DI AUGURI

**F**estoso, allegro, coloratissimo. Un drink in omaggio alla simbologia natalizia che non deve mancare sulle tavole della festa. A seguire qualche proposta da alcuni tra i più blasonati barman del momento. Ricette ricercate, intriganti, espressione di una ricerca basata sulla conoscenza dei prodotti, del gusto, della tecnica di esecuzione, di quell'italian touch che in tanti ci invidiano. Prosit!



**MATTIA PASTORI – BAMBOO BAR – ARMANI HOTEL – MILANO**  
**RICETTA CHRISTMAS MARTINI**

- 6 cl del vostro Gin o Vodka Preferito
- Vermouth dry qb

Procedimento: raffreddare in un gallone e mescolare in una sfera di vetro. A parte, in una coppa ghiacciata, disporre dello zucchero filato aromatizzato all'anice stellato e versare il Martini. In questo modo lo zucchero si scioglierà cedendo al drink un retrogusto di anice. Per la produzione dello zucchero filato bastano delle caramelle all'anice dure e una piccola macchina per lo zucchero filato .



**MARIO LAPIETRA – THE LUGGAGE ROOM**  
**BAR MARRIOTT HOTEL- LONDRA**

**RICETTA PONT & PORTER**

- 15ml melassa d'uva
- 25ml Nardini Bianca 50%
- 25ml Nardini Mandorla
- 50ml birra stile Porter
- 1 uovo fresco intero
- 1 pizzico di sale Halen Mon aromatizzato alla vaniglia

Procedimento: versare gli ingredienti nell'ordine in uno shaker. Prima di shakerare amalgamare gli ingredienti con un frullino da latte o con una frusta in modo da rendere il composto omogeneo. Shakerare e versare in una Julep Mug con l'aiuto di un fine strainer in modo da eliminare le chips di ghiaccio. Guarnire con un pizzico di cannella in polvere e una grattugiata di noce moscata.



### **GIANNI ZOTTOLA – SARAGOZA 145 – BOLOGNA**

#### **RICETTA PIXIE**

1 cucchiaino di zucchero, 4 mandorle, scorze di arancia, 15 ml Vermouth del Professore, 15 ml succo di arancia, 35 ml Tanqueray Gin

Procedimento: nello shaker pestare le mandorle con lo zucchero e le scorze di arancia sino all'estrazione dell'Oleo Saccharum. Quindi aggiungere nell'ordine il succo di arancia, vermouth e il gin. Shakerare e fare double strain in coppetta.



### **ALESSANDRO D'ONOFRIO- PRINCE COCKTAIL EXPERIENCE- MAL PAIS – SANTA TERESA - COSTARICA**

#### **RICETTA RONPOPE-V**

- 4.5 cl rum banco agricolo
- 7 cl acqua di cocco
- 3 cl latte di mandorle
- 1 cl orzata
- 1 fetta sottile di banana matura
- 1/2 lime spremuto fresco, float di dark jamaican rum

Procedimento: bordare un highball con una crosta di cocco disidratato e mandorle tostate salate e colmarlo con ghiaccio. Nello shaker pestare la banana e aggiungere tutti gli ingredienti escluso il rum giamaicano.

Agitare con ghiaccio e mescolare con double strain nel bicchiere finendo con un refill di ghiaccio tritato. Rifinire con un float di dark rum giamaicano e una vaporizzata di decotto di fiori di Pochote\*. Guarnire con zest di lime.

\*I Pochote sono alberi autoctoni del Costa Rica che producono fiori bianchi profumatissimi di miele e arancia. Questo drink è la versione vegana del Ronpope che è una tradizionale bevanda del Centro America a base di latte, rosso d'uovo, rum e altri ingredienti.



### **ALEX FREZZA – ARCHIVIO STORICO – NAPOLI**

#### **RICETTA GRANATA AUTUNNALE PUNCH (per 5 persone)**

- 100 gr marmellata di prugne
- 100 ml succo di lime
- 100 ml Dry Curacao
- 100 ml Gosling's Black Seal Rum
- 200 ml Havana Club 3 y
- 300 ml succo di melograno
- 1 arancia
- 5/6 pezzi di anice stellato
- 3 stecche di cannella

Procedimento: In una caraffa da 1l mescolare la marmellata e il succo di lime sino ad amalgamarli. Aggiungere il curacao e i rum e lasciare riposare in frigo per 12 ore. Quindi versare la miscela in una punch bowl e aggiungere un grosso blocco di ghiaccio. Completare con buccia e fette di arancia, anice stellato e cannella. Servire in una punch cup.



### **DEBORA CICERO – MONTGOMERY PLACE – LONDRA**

#### **RICETTA ABSINTHE ADVOCAT (per ½ lt di ricetta)**

- 8 tuorli d'uovo
- 12/13 barspoon di zucchero bianco semolato
- 1 stick di vanilla
- 150ml Babicka Vodka
- 50 ml Absinthe La Fontaine

Procedimento: preparazione a bagnomaria. Unire i rossi d'uovo con metà dello zucchero e la vaniglia sino ad amalgamarli. Quindi aggiungere in modo alternato la vodka e il restante zucchero facendo attenzione a non cuocere il rosso d'uovo. Inglobare l'Absinthe continuando a girare per evitare la creazione di grumi.

# STORICO VERMOUTH DI TORINO



# COCCHI ASTI

# PROFUMO DI DONNE

## Cristina Nonino, una famiglia speciale e un'intuizione rivoluzionaria

di MELANIA GUIDA

**Q**uesta è una storia d'amore. Di tenacia e passione, sfide e determinazione. È la storia della regina delle acqueviti, una delle grappe più buone del mondo, di un'avventura straordinaria e di una rivoluzione. La storia dei Nonino. Benito, Giannola, Cristina, Antonella ed Elisabetta da Percoto. L'assetto trionfale di un'azienda ad altissima intensità d'intelligenza, nella felice intuizione di Veronelli. Uno per tutte e tutte per uno.

Sarà per questo che conoscere Cristina

è come incontrare la famiglia intera, per quella identità di appartenenza che vanifica ogni personalismo. E non è un esercizio di marketing, ma autentico spirito solidale. Senza il quale, lo capisci subito, non sarebbe stato possibile quel miracolo che nobilita

un prodotto povero, di scarto, un retaggio del freddo e della fame, in un distillato di pregio assoluto.

Cristina Nonino ha energia e entusiasmo come pochi, è un fiume in piena quando racconta degli alambicchi discontinui (66, ogni componente della famiglia ha il suo gruppo) monitorati per il taglio perfetto di teste, cuore e code, della severità di Benito che più volte l'ha messa alla prova (e pure licenziata), del ballo che al pari dell'acquavite è un'altra delle passioni di famiglia e delle intuizioni geniali di Giannola, laurea ad honorem in economia aziendale. «Papà avrebbe fatto comunque la migliore grappa possibile ma senza curarsi di farlo sapere al mondo, la mamma voleva soprattutto che il mondo ne avesse conoscenza», sintetizza veloce. Si ferma solo un attimo quando cerca nella memoria quell'odore, il "profumo" tiene a correggere, che la riporta a quand'era bambina e subito dopo scuola, il tempo di finire i compiti, si andava con le sorelle di corsa in distilleria. «Era l'unico modo per stare con la mamma», dice pensando alla vendemmia, al nonno con l'alambicco montato sul carretto, a quando oggi come allora «si distillano le vinacce appena svinate così si previene la formazione dell'alcool metilico».

*Uniti e solidali per compiere il miracolo che trasforma un prodotto di scarto nella regina delle acqueviti*



#### DISTILLAZIONE

A DESTRA CRISTINA NONINO. NELLA FOTO IN BASSO BENITO E GIANNOLA NONINO (FOTO O.TOSCANI)

E tra vapori e condense, «quando il vapore entra, gli alambicchi tintinnano» dice con i bellissimi occhi azzurri che ridono, sembra di sentirla l'essenza floreale del moscato, o il profumo dell'uva se è invece fragolino. «È un'atmosfera magica, il momento della vita in cui fortissimo è il legame con la terra. Perché la distillazione è la quintessenza della vendemmia e ti dà il tempo per pensare, riflettere, per una meditazione che sa coniugare il rispetto della natura col il rispetto dell'uomo».

Al netto della passione e della sapienza di Benito, immerso come un alchimista antico nei fumi dei suoi alambicchi,





**LE SORELLE  
NONINO**

DA SINISTRA  
ANTONELLA,  
GIANNOLA E  
CRISTINA  
NELL'AZIENDA  
DI FAMIGLIA

la grappa Nonino è una storia di donne. Sorride compiaciuta Cristina e conferma «le donne sono più precise. In azienda siamo la maggioranza e la spiegazione è che avere come referente una donna non è poi così facile per un uomo». Già. In testa c'è Giannola, quel vulcano che nel 1973 cambiò il destino dell'acquavite. Il monovitigno, l'idea vincente. Fino ad allora si raccoglievano insieme le più diverse varietà di vinacce per distillarle, mescolate un po' alla volta, nell'arco dei mesi.

Giannola Bulfoni Nonino, caparbiamente innamorata del suo Friuli e delle tradizioni di una terra straordinaria, intuisce

insieme con Benito che ogni vitigno, a seconda dell'habitat, ha caratteristiche, sapore e profumo diversi. Ci investono dieci anni di studio, ricerche e sperimentazioni. È un'avventura che li premia con il miracolo.

Quarant'anni fa, il primo dicembre 1973, nasce la prima grappa monovitigno, il Picolit. L'unica grappa fra i migliori distillati al mondo inserita nella "Hall of fame" dal prestigioso "Spirit Journal". È il primo step di quella rivoluzione che nel packaging (l'inconfondibile ampolla di vetro soffiato) e nel marketing (impasto di antica tradizione artigiana, arte del sa-





per vivere e sapienza commerciale) consacrerà la Nonino a regina dei distillati. Costosissima per gli standard del tempo, «nessuno o quasi la comprò e allora la mamma decise di regalarla agli amici». Altra mossa strategica. Gli amici erano Gianni Agnelli, Sandro Pertini, Eugenio Scalfari, Indro Montanelli e Sean Connery, tanto per citarne alcuni. I nomi giusti perché, nel giro di poco, la grappa Picolit assurgesse a vero e proprio “status symbol”. Il resto è nel solco del recupero della migliore tradizione friulana. «Salvare il Pignolo, lo Schioppettino, il Ribolla Gialla e il Tacelenghe, gli antichi vitigni

*Il 1° dicembre 1973 nasce  
la prima grappa  
monovitigno, il Picolit.  
È il primo passo di una  
rivoluzione che consacrerà  
la Nonino tra i migliori  
distillati al mondo*



**ALL'OPERA**  
CRISTINA  
NONINO IN UNA  
DELLE FASI DI  
PRODUZIONE

della nostra terra. Nasce così il Premio Nonino – continua Cristina – come riconoscimento per quei vignaioli che avessero accettato la sfida di salvare quei vitigni. Un milione di lire, era il 1975, per coloro che avessero messo a dimora almeno una di queste varietà».

Non fu facile. Ci furono improvvisi ostracismi e altre battaglie. Ma la tenacia Nonino ebbe la meglio. E il Premio da tecnico scientifico si trasformò in Premio Letterario «ora curato soprattutto da Antonella. Il dopo è un crescendo di affermazioni e nuove sperimentazioni. “Gioiello”, il distillato del miele nato nel 2000, lo abbiamo voluto noi sorelle. Ci sono voluti cinque anni di esperimenti. Nessuno ci aveva mai

provato perché essendo il miele un forte antisettico è difficilissimo che fermenti».

Va da sé che il procedimento è un prezioso segreto e che le energie di Cristina & family sono oggi concentrate verso altri traguardi. «La conoscenza e la diffusione nel mondo delle eccellenze del nostro territorio. La ricerca continua della migliore qualità, nel rispetto della terra e dell'uomo. Per promuoverne una maggiore consapevolezza anche e soprattutto attraverso una legislazione che le tuteli davvero. Perché come diceva Sciascia la civiltà industriale è già morta. Nel momento in cui morirà la civiltà contadina, morirà anche l'uomo».

**Melania Guida**



CAMPARI HA UN NUOVO LOOK.  
TUTTI DOVRANNO ESSERNE ALL'ALTEZZA.

Impreziosisci la bottigliera del tuo locale con la nuova bottiglia di Campari: una nuova forma, una nuova etichetta, il logo in rilievo e il rosso ancora più protagonista. Moderna, elegante e preziosa. Campari. Red Passion.

**CAMPARI**  
red passion

# RED PASSION

L'energia vitalissima degli intramontabili bitter aperitivi

di FABIO BACCHI

**H**anno un'immagine briosa, scintillante e spesso le loro ricette, complesse e segrete sono le stesse che i loro ideatori inventarono decenni fa. Portano perciò il sapore di un'epoca passata ma allo stesso tempo l'energia e il gusto per la vita del nostro tempo. Nelle loro eccellenze sono un vanto del made in Italy e punta di diamante della mixology italiana. Sono i bitter aperitivi. Alcol, acqua, spezie, frutta, erbe e coloranti, una volta naturali oggi meno, sono gli ingredienti di queste magiche e segrete misture le cui ricette si sono tramandate gelosamente nel tempo.

L'origine e il successo di questi liquori sono legati a quei paesi che avevano facilità di commercio e uso di spezie e erbe provenienti da tutto il mondo. Come l'Olanda ai tempi della sua massima espansione coloniale e della nascita delle prime grandi case liquoristiche. Questi prodotti sarebbero passati alla storia come Bitter all'uso d'Olanda per il successo che incontrarono da subito presso i mercati di tutto il mondo. Con la nascita della misce-



lazione moderna i bitter aperitivi avrebbero creato dei binomi indissolubili nel tempo con ricette che costituiscono le basi della miscelazione moderna, spesso vanto di quella di concezione italiana.

Se la storia nasce in Olanda è proprio in Italia che si concretizza nella sua forma

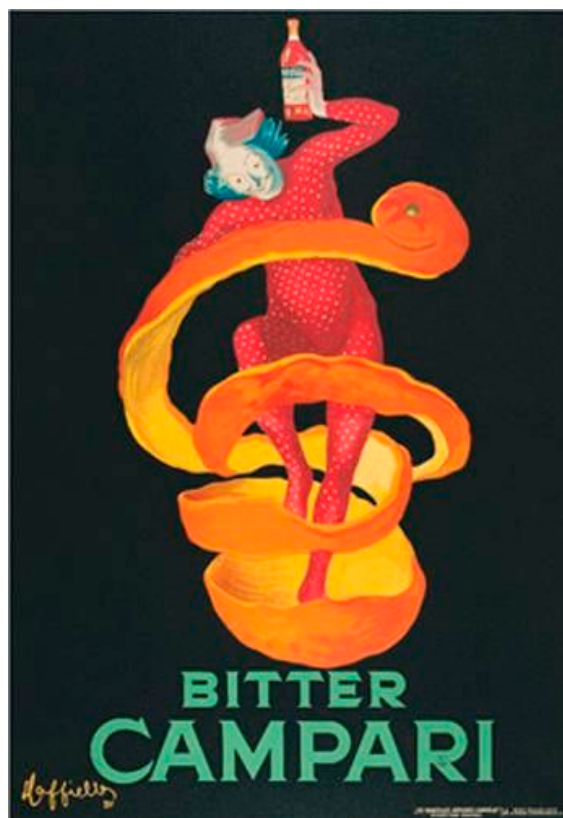


più eccelsa grazie a Gaspare Campari che si mise in affari nel 1860 acquistando un piccolo bar di Novara, il Caffè dell'Amicizia. È in quegli anni, nello spazio di un retrobottega, che nascerà, per poi perfezionarsi nel tempo, la ricetta che sarebbe arrivata sino ai giorni nostri con più di 150 anni di storia. La grande, geniale intuizione di Gaspare fu quella di proporre, all'ora dell'aperitivo, un bitter il cui gusto dell'epoca si distingueva per le proprietà digestive. Il successo di Gaspare Campari sarebbe arrivato a Milano dove si trasferì per aprire un bar storico in Galleria, il Caffè Campari noto anche come Camparino. Velocemente Campari espanse la sua azienda, legò il brand alla comunicazione abbinata a movimenti artistici, il rito dell'aperitivo divenne di uso comune e nacquero mode di bere e drink che sarebbero passati alla storia come il MiTo, l'Americano, il Negroni e altri



#### CAMPARI STORY

AL CENTRO LA GALLERIA CAMPARI, SUBITO IN BASSO GASPARE CAMPARI CON LA FAMIGLIA. SOPRA IL FAMOSO CAMPARINO E A SINISTRA UNO DEI MANIFESTI PER IL BRAND CAMPARI



ritornati in auge. Come il Boulevardier che è uno stretto cugino del Negroni, e che sostituì il gin con bourbon whiskey, come appare nel testo *Barflies and Cocktail* di Harry McElhone del 1927.

Per gli amanti della storia della miscelazione questo è un dato importante perché del Negroni non si sarebbero avute tracce scritte almeno per 20 anni. Dopo il 1919

e sino al 1927 gli americani quasi non conoscevano il Campari.

La storia di Campari è oggi conosciuta in tutto il mondo, il sogno di Gaspare è diventato un gruppo aziendale di dimensioni planetarie, con grande vanto nazionale, che si colloca sullo stesso piano delle più grandi major di settore. Sulla scia di questo grande prodotto è nata una famiglia di bitter aperitivi che costituiscono una categoria di liquori ai quali i bartender di tutto il mondo riconoscono quotidianamente un devoto tributo professionale. Alcuni bitter

esistono da sempre, altri hanno avuto alterne fortune, altri ancora sono appena arrivati. BarTales vi invita a conoscere alcuni protagonisti presenti sul mercato in diverse forme, misure e strategie di questa storia tutta italiana. Alcuni sono espressioni di lunga tradizione locale, altri appena arrivati sul mercato sulla scia dell'interesse verso questo prodotto. Tradizionali, artigianali, industriali, diffusi localmente o globalmente, il mercato offre una vasta scelta dalla quale attingere in base alle proprie esigenze.



### **BITTER CAMPARI**

150 anni di storia e non li dimostra. È presente in ogni bar del mondo e nelle credenze delle famiglie. La sua ricetta si è tramandata gelosamente nel tempo. Sulla sua composizione si favoleggia da sempre ma certo è che con la sua tradizione, l'immagine internazionale e la sua formula, ha conquistato i mercati del mondo sino a diventare leader incontrastato. Ingrediente storico di molte ricette, il suo colore rosso rubino e il gusto amaricante sono inconfondibili con la nota erbacea più ampia della categoria. Bitter Campari è leader nel suo comparto di settore con un medagliere completo. 25° ABV.



### **BITTER MARTINI**

Ricopre un posto di assoluto rispetto e rilievo nella gamma dei prodotti della grande casa torinese nata nel 1863 dalle esperienze che i tre fondatori vollero riunire per creare una storia che sarebbe rimasta italiana per molto tempo. La ricetta del Bitter Martini nacque nel 1872. Il prodotto ha un'ottima mixability, con un colore rosso brillante ed un aroma agrumato equilibrato da note speziate e floreali. Il gusto dolce e spiccatamente agrumato diventa piacevolmente amaro. 25°ABV.



### **ROSSI D'ANGERA**

È una delle distillerie più antiche d'Italia (1847) e si trova nella omonima cittadina sul Lago Maggiore. Il suo fondatore iniziò l'attività come distillatore di vinacce e oggi produce distillati e liquori. Nel 1931 ricevette il Brevetto Reale di Casa Savoia da Vittorio Emanuele III. Il suo Bitter ha un colore rosso brillante, 25° ABV e tra le erbe officinali utilizzate spicca al gusto la note di genziana in un corpo piacevolmente amaro. È confezionato in bottiglie da 100 cc.



### **GRAN CLASSICO BITTER**

L'azienda svizzera Tempus Fugit Spirits produce questo ottimo prodotto che riproduce una vecchia ricetta del Bitter di Torino del 1860. A differenza dei suoi simili ha un colore ambrato per precisa scelta produttiva di non usare coloranti. Il botanical è un

classico della categoria e nel suo insieme risulta essere un prodotto ben bilanciato e meritevole di grande attenzione. Al palato è avvolgente e pieno con lunga persistenza e un tenore alcolico più sostenuto con i suoi 28° ABV.



## **SELECT**

Nasce nel 1920 nella piccola isola di Murano a Venezia. Il legame con la città lagunare, nella quale è molto consumato, è ben rappresentato in etichetta. Il gusto è normalmente agrumato ma più dolce rispetto ai suoi cugini. Il suo contenuto è moderatamente alcolico con 14° ABV. Le vecchie bottiglie sono molto ricercate dai collezionisti.



## **ROUGE CARLO ALBERTO**

Storicamente prodotto dall'azienda Baracco de Baracho di Torino, di origine tedesca, che iniziò la sua attività nel 1871 con vini e vermouth. In seguito si concentrò sui vini della zona del Roero. Dalla collaborazione con Dario Baracco che ha rivisitato le ricette il Bitter Rouge Riserva Carlo Alberto è stato riproposto quest'anno con commercializzazione della CDC. Il colore è rosso ciliegia, aroma agrumato e gusto leggermente dolce con note speziate e piccanti in evidenza. Intenso e leggermente cremoso. 25°ABV.



## **NARDINI BITTER**

Anche la più antica distilleria d'Italia, in attività dal 1779, ha un Bitter tra i suoi prodotti a testimonianza dell'importanza di questo prodotto. Nardini Bitter ha un piacevolissimo retrogusto, un sapore morbido e pulito con 24° ABV. Nella linea Nardini citiamo anche il Rosso Nardini e il Mezzo e Mezzo, prodotto ottenuto dall'unione del Rosso con rabarbaro e molto consumati nella zona di Bassano del Grappa.



## **POLI ROSSO AIRONE**

Assimilabile alla categoria è questo prodotto di casa Poli. La sua particolarità consiste nell'aver l'infusione di erbe in una base alcolica di Grappa e Vermouth. La ricetta è riportata in etichetta e il nome è un omaggio a un episodio riguardante lo storico modello di motocicletta Airone Guzzi di colore rosso che Toni Poli ebbe in regalo da suo padre Giovanni nel 1950. Bouquet intenso e fruttato con nota di mandarino. 17° ABV.



## **FRANCOLI BITTER D'AMANTE**

Tra i tanti meriti della storica azienda di Ghemme nel novarese spicca la costituzione della Biblioteca Internazionale del Liquore e dell'Acquavite che è una istituzione unica nel suo genere. Accanto a grappe, liquori e vini di fine qualità è presente questo Bitter nel cui botanical spiccano il rabarbaro e arance dolci e amare. 25ABV.



## **NEGRONI BITTER**

La Distilleria Negroni fu fondata nel 1919 dal Cavaliere Guglielmo Negroni e ha sede a Mareno di Piave in provincia di Treviso. Nella sua infusione idroalcolica si evidenzia la nota di china che risulta al palato attenuata dalla nota agrumata. È facile trovarlo all'estero più che in Italia. 25°ABV.



## LUXARDO BITTER

Sul mercato USA è presente questo Bitter della omonima distilleria. Secondo alcuni panel di degustazione risulta essere ben bilanciato con una nota amara più tenue rispetto alcuni suoi simili e una viscosità meno evidente. Comunque molto complesso e pronunciato nelle note erbacee e agrumate. Colore rosso marasca e 25°ABV. Difficile da reperire.



## MAGNOBERTA BITTER

È prossima ai 100 anni la storica casa di Casale Monferrato fondata nel 1918 e specializzata in grappe ma che non manca di una larga gamma di prodotti liquoristici e distillati. Il suo Bitter è un'altra testimonianza della produzione liquoristica piemontese che una volta aveva molte espressioni del territorio oggi non più presenti.



## BIANCOROSSO CARLOTTO

Testimonianza della secolare Antica Liquoreria Carlotto di Valdagno fondata da Beppe Carlotto che vantava tra i suoi antenati Antonio Potepan, altro celebre liquorista di origine ungherese e grande produttore di rosolio ai tempi dell'Impero Austro Ungarico. La Liquoreria Carlotto è annoverata tra i locali storici d'Italia. La ricetta del Bitter Biancorosso fu elaborata negli anni '20 e la sua etichetta riproduce l'aquila imperiale asburgica. 15°ABV



## CASONI BITTER

L'azienda Casoni fu fondata nel lontano 1814 a Finale Emilia e oggi opera soprattutto con l'estero. Si occupa di produzione e distribuzione di distillati e liquori tra cui il suo Bitter. Ha un gusto molto ricco e ben bilanciato tra dolce e amaro con una nota di limone che prevale nel complesso.



## DILMMOR BITTER

Il Bitter di questa giovane azienda di Bergamo che punta molto sull'export ha ottenuto la medaglia d'oro all'Internationaler Spirituosen Wettbewerb 2013 nella categoria liquori. 25° ABV e un colore rosso brillante.



## BITTER PALLINI

Uno dei grandi nomi della tradizione liquoristica italiana. L'Antica Casa Pallini fu fondata nel 1875 da Nicola Pallini che iniziò la sua avventura imprenditoriale a 15 anni vendendo stoffe e castagne. Oggi l'azienda è guidata da Micaela Pallini che rappresenta la quinta generazione. Il Bitter Pallini ha 21°, di colore rosso vivo e una piacevole nota agrumata ed erbacea.

**Fabio Bacchi**





# GRAN CLASSICO

BITTER

# BENVENUTI ALL'OH LA BAR

Un salotto cool nel cuore  
del barrio gotico

di GIUSEPPE BUONGUSTO

**L**a movida delle Ramblas, il Barrio Latino e il Gotico, la Sagrada Família, le inconfondibili opere del celebre Gaudí, i marziani blaugrana. Sono gli appeal di una città giovane, sportiva, sempre in movimento, trasgressiva e un po' ribelle, elegante e fiera della sua storia, ombelico di quella Spagna che rincorre ancora una volta un futuro da protagonista della storia. Barcellona è una città che si sveglia di notte e di essa ne diventa regina con i suo bar, i ristoranti e i club esclusivi.

La gente di Barcellona è abituata alla cucina raffinata degli alberghi a cinque stelle, ma adesso anche i cocktail bar degli alberghi più esclusivi si stanno ritagliando un ruolo di rilievo. Se il classico Gin Tonic ha trovato in Spagna una nuova patria ideale, nuove tendenze e culture del bere miscelato stanno influenzando sempre più le preferenze di una clientela cosmopolita, esigente e molto attenta alla





*Un'oasi nella vibrante  
frenesia di via Laietana,  
nel Barrio Gotico,  
l'Ohla Boutique bar  
è uno dei locali  
più frequentati  
e di maggiore tendenza*



qualità della vita. È quello che succede al cocktail bar dell'Ohla Hotel, uno dei nuovi alberghi pentastellati che ha aperto le sue porte nel 2011, in uno dei quartieri più trendy.

Ohla Boutique Bar è un'oasi in mezzo alla vibrante attività di Via Laietana, nel quartiere Gòtico, ed è diventato in pochissimo tempo uno dei locali di maggior successo che non teme alcun confronto con i grandi locali di Londra, Parigi, Berlino, Amsterdam, New York. Selezionato come uno dei migliori bar del mondo sul sito [www.worldsbestbars.com](http://www.worldsbestbars.com), menzionato dal "Sunday Times" come uno dei "50 più grandi bar sulla terra", si è guadagnato anche un posto nella lista dei migliori bar di Europa, secondo il giudizio di "Cocktail Spirit" di Parigi.

L'arredamento dell'Ohla Boutique Bar ricrea la calda atmosfera di un salotto, con un intrigante contrasto tra classico e moderno. Il bar in legno, adornato da



#### IL L'OHLA BAR

IN ALTO IL BARMAN GIUSEPPE SANTAMARIA ALL'OPERA. NELLE ALTRE FOTO IL BANCONO DEL BAR E UNO DEI COCKTAIL PIÙ RICHIESTI



scatole design in legno che sovrastano la bottigliera, si fonde in un ambiente raffinato vivacizzato da poltrone rosse e divani in stile minimal. L'ambiente si riempie con lo spazio sonoro creato da una musica che si integra perfettamente con ogni drink, mescolando stili diversi, jazz, bossa nova, lounge.

Il nome del bar nasce dal concetto di "boutique" che identifica il meglio di ogni genere, con l'attenzione ai piccoli dettagli,

una cura eccezionale che dona sempre un tocco speciale a tutto ciò che si prepara, strizzando un occhio alle tendenze della mixology internazionale e contribuendo a promuovere questo tipo di "Mixológica Revolution" che Barcellona sta vivendo. Alla guida del bar dell' Ohla Boutique, uno dei barman italiani che si distingue sulla scena del bartending internazionale, Giuseppe Santamaria, World Class Bartender di Spagna nel 2012 e un sorriso elegante. La filosofia dei drink dell' Ohla Boutique Bar è in armonia con lo stile dell' hotel, classico-moderno, con un tocco artistico, che richiama l'arte della città di Gaudì. Il menù è ricco, molto strutturato e include circa 35 cocktail eseguiti con tecniche rigorose per soddisfare diversi tipi di gusti. Si utilizzano prodotti di alta qualità e ingredienti freschi tra cui alcuni "homemade" (bitters, sciroppi, cordials, vermouth) e vari liquori italiani. Il menù è impreziosito da una selezione di "tapas"



e bar snacks preparati direttamente dal ristorante dell'hotel che si fregia di una stella Michelin. È grazie a tutto questo che l'Ohla Boutique Bar è ben presto diventato un punto di riferimento sia per clienti che per i professional che vengono non solo per bere un buon cocktail, ma per apprezzare un ambiente elegante e lo spettacolo del barman con le doti di prestidigitatore.

Senso del ritmo come un musicista, amico discreto, a Giuseppe piace immaginare i colori con gli occhi di un pittore e disegnare le ricette come un architetto estroso. Uno dei drink più gettonati è il "Bloomsbury Fizz" menzionato nella Diffsords Guide tra i "30 of the best cocktails invented since 2000" e incluso nella ultima edizione del libro di Gary Regan "101 Best new Cocktails". È un cocktail che affascina tutti gli spettatori ed è perfetto in ogni momento della giornata. Prosit.

**Giuseppe Buongusto**

## LA RICETTA

### BLOOMSBURY FIZZ

#### INGREDIENTI

- 45 ml. Tanqueray Ten
- 20ml Porto Ruby
- 10 ml. Succo di limone
- 10 ml. Succo di lima
- 8 foglie Basilico fresco
- 20 ml. Zucchero liquido
- gocce di albume di uovo
- top di soda water



#### PROCEDIMENTO

Shakerare gli ingredienti, escluso la soda e il Porto, utilizzando prima la tecnica dry shake. Quindi effettuare un double strain in cocktail glass. Lasciare riposare il drink qualche secondo e poi versare il Porto con un bar spoon in superficie. Versare della soda nel boston utilizzato per la shakerata così da formare una emulsione schiumosa che poi verrà versata sul il drink così da formare il terzo strato. Decorare con foglie di basilico fresco.

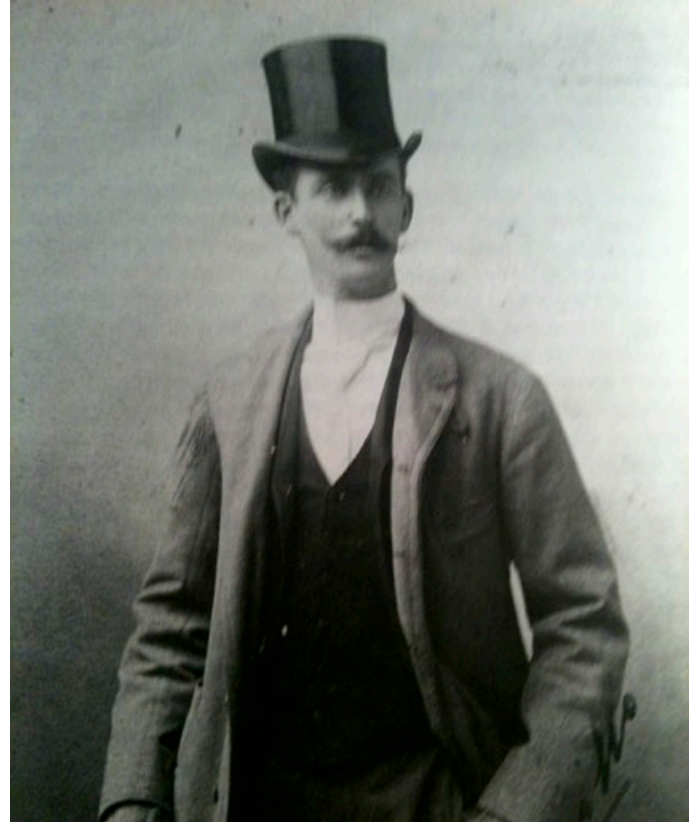
# 3/3 DI NOBILTÀ

## Storia avventurosa di una formula geniale

di **LUCA PICCHI**

**È** il più “nobile” dei cocktail e di grande attualità da quasi cento anni. Con una storia che ha per protagonisti un Conte e un barista. Figura controversa, affascinante e particolarmente volitiva quella di Camillo Negroni, Conte (fino ai 18 anni si firmava con due emme) proprio come la perfetta ricetta che ideò con la ignara complicità di Fosco Scarselli giovane barista, fiorentino purosangue.

Negroni, nato a Fiesole nel maggio del 1868 ebbe infanzia agiata ma la sua turbolenta natura di curioso giovane rampollo di un nobile italico casato lo portò a peregrinare nelle vaste praterie di oltreoceano proprio nel periodo dell'epopea del Far West. Visse infatti un periodo da cow boy nel ranch di Gordon Cumming per poi trasferirsi nei quartieri alti di una New York in piena ascesa a cavallo tra '800 e '900. Sposatosi con Anta Zazwarka, rientrò in Italia e visse da scudiere dei marchesi Della Gherardesca nella villa del “dispetto” a Bolgheri. Al rientro a Firenze nel 1913 Negroni prese a frequentare i salotti buoni della città, incontrando i pari grado anglosassoni al



bar del Grand Hotel, ma non disdicendo la compagnia della gente comune, come il giovane Fosco Scarselli, apprendista barista al Casoni di Via dé Tornabuoni.

Il Casoni non era un semplice elegante caffè, era un “appalto”, un esercizio che vendeva oltre vini di qualità, the selezionati, bob bon e delizie. E proprio al banco del Casoni il Conte suggerì al barista di irrobustire col gin il “miscuglio” più gettonato dell'epoca: l'Americano. Non era un cocktail, non se ne conosceva il senso popolare del termine, allora, ma era un “concetto”, un modo di bere diverso, un segno distintivo di modernità, di eleganza e raffinatezza. Il ghiaccio, se c'era, era un pezzettino flottante nel bicchiere; la decorazione, talvolta inserita nel bicchiere, minima. Era un “modo di bere” che affascinava e incuriosiva gli astanti che nei locali chic come il Casoni “rubavano” le richieste dei più eleganti, colti e raffinati clienti per ben figurare in altre occasioni.

Qual è il segreto del suo successo internazionale? Probabile che l'equilibrio dei tre ingredienti sia un balance azzeccato e che le caratteristiche dei tre



**1918**  
UNA FOTO STORICA  
DEL CAFFÈ CASONI IN  
VIA DE' TORNABUONI.  
NELLA PAGINA  
ACCANTO CAMILLO  
NEGRONI ALL'ETÀ  
DI 18 ANNI.

elementi che lo compongono riescono a renderlo un aperitivo tutto mediterraneo con un tocco speziato dato dal Gin.

Non è un caso che proprio il Gin sia l'ingrediente scelto tra i tanti dal Conte, lui che di origine era anglosassone, nipote del famoso scrittore Walter Savage Landor. Resta da chiarire cosa lo abbia reso così longevo e richiesto dal pubblico dei migliori bar. Per dare una risposta forse bisogna ricorrere alla fonetica del nome stesso: Negroni. In qualunque lingua lo si dica è semplice da pronunciare e facile da ricordare. E poi la semplicità di esecuzione: un terzo, un terzo, un terzo.

Grande parte della notorietà del Negroni la ebbero i Futuristi che furono i laboratori della novità di questo cocktail oltre gli angusti confini della città di Dante, esportando l'idea dell'aggiunta del gin all'Americano a Milano e Torino. Le proposte fatte da nuove generazioni di bartender danno la reale dimensione del fenomeno Negroni. Nell'alternarsi di innumerevoli tentativi di twist, quello che probabilmente rappresenta il vero futuro di questo cocktail è la scelta degli in-

gredienti; a prescindere dal bitter che è l'unico ingrediente certo della originale ricetta. Sia il gin che il vermouth rosso possono essere selezionati e scelti dal barman o dal cliente più esperto per creare sensazioni molto diverse.

Il cammino del cocktail Negroni rimane lungo e luminoso, con buona pace del Conte, risvegliato bruscamente da un patetico tentativo di espropriazione del casato da parte di un sedicente conte Negroni di stirpe corsa, finito con la richiesta di sfida a duello con la spada fatto al sottoscritto. Tra qualche anno ricorreranno i 100 anni dalla nascita del cocktail Negroni e intendiamo rendere omaggio a questa ricorrenza organizzando un evento indimenticabile.

Il Negroni insieme a pochissimi altri cocktail, può vantare con certezza le proprie origini con fatti, personaggi, documenti, date e luoghi. Ed è forse l'unico

*Il successo  
della formula?  
Il nome facile  
da pronunciare  
e la facilità  
di esecuzione  
della ricetta*



#### RICORDI

QUI SOPRA NEGRONI E LA MOGLIE A FIRENZE. A DESTRA UN MOMENTO DELLA PREMIAZIONE SCARSELLI DEL 1962 E LA TARGA NEGRONI

cocktail ad avere così tanto materiale documentato per la sua inconfutabile storia. Dando un'occhiata all'evoluzione del bartending in Italia possiamo concordare che solo dopo la Grande Guerra e il boom economico iniziato negli anni Cinquanta, i bar, i clienti e le proposte cambiarono in maniera importante. Probabilmente i drink fatti prima di allora difficilmente si chiamavano "cocktail", ma il modo di bere un qualcosa costruito da un barman miscelando due o più ingredienti era detto "all'americana", intendendo con questo un bere diverso, moderno per quei tempi dove il vino era servito dal fiasco o spillato dalla damigiana. Non possiamo prendere ad esempio le poche e rare realtà di quegli american bar degli Hotel più lussuosi d'Italia di inizio Novecento che potevano vantare una clientela elitaria preparata

al bere miscelato, considerando che i consumi e quindi i volumi del mercato erano ben altri.

Il Negroni nasce in questo quadro storico culturale e rappresenta un drink elegante, mai volgare, per intenditori e per gente raffinata. Si discute talvolta sulla presenza della soda (o più probabilmente del seltz) nella originaria ricetta del Negroni. Molti esperti ed autorevoli colleghi, come ad esempio Mauro Lotti, sono concordi sull'ipotesi dell'uso dello spruzzo di seltz on top nel Negroni originale. Per aprire un dibattito anche su questo argomento occorre fare alcune considerazioni: allora probabilmente gli ingredienti venivano serviti ben freddi dal frigo ma assolutamente lisci e quindi considerando la presenza del Bitter (all'uso de Hollanda) che la buona norma richiedeva servito con seltz, la presenza





di quest'ultimo era necessaria e richiesta anche nell'ingrediente miscelato. Ne consegue che anche il Mi-To e successivamente il Negroni con alta probabilità venivano confezionati con lo spruzzo di seltz. Col tempo il Negroni avrebbe perso il tocco finale con acqua di seltz.

Il più importante documento che attesta la nascita del Negroni è una lettera autografa di un antiquario di Londra amico di Camillo Negroni, datata 13 ottobre 1920, in cui in risposta ad una precedente missiva dove il Conte denunciava un po' di malesseri fisici in un passaggio si legge: *You must not take more than 20 Negronis in one day!*

Due cose balzano all'attenzione: la prima è l'uso della parola "Negronis" non nel senso di genitivo sassone, né nel senso della frase riferita al cognome del Conte; ne consegue che Negronis si

riferisce ad una cosa ben definita, ad una miscela che aveva un nome e probabilmente anche una ricetta che si ripeteva e poteva essere richiesta. La seconda cosa è la quantità suggerita dall'amico: venti Negronis al giorno! Appare evidente che una tale quantità di cocktail Negroni al giorno d'oggi sarebbe improbabile da sorbire, quindi se quello è il limite suggerito dall'interlocutore di Camillo probabilmente il Negroni era servito in quantità molto ridotta, forse tre o quattro centilitri, ben freddo, senza ghiaccio e con una spruzzata di seltz finale. A completare il drink forse una scorza o mezza di arancio (ma allora era un costo e non sempre si trovava sul mercato).

Sul mercato americano della seconda metà dell'Ottocento, alcuni distillati praticamente non esistevano: la Vodka era sconosciuta; il Rum originale caraibico si poteva degustare solo in loco, quello in circolazione in America era di pessima qualità; Tequila e Mezcal erano distillati crudi e poco raffinati e comunque ri-



stretti ai territori di confine. Il grosso del mercato americano era dato dal Bourbon e dal Rye Whiskey, dal Cognac, dal Gin e dai vari Vermouth francesi e italiani, dall'Assenzio e dal Maraschino di Tzara o dal Peach Brandy e pochi altri liquori; infine c'erano i vari Bitter che davano uno staple a molti drink.

Negroni al suo rientro in Italia nel 1903 era arricchito della propria esperienza americana. Viene ovvio pensare che da buon frequentatore di bar, sapesse bene come e cosa bere. Così è nato il Negroni, un modo di bere "americano" rafforzato dall'aggiunta del gin "unsweetened" (non esisteva a Firenze il London Dry Gin), distillato della sua amata Inghilterra. Se poi ci immaginiamo que-

sti locali eleganti e il fascino di Camillo Negroni, uomo di bella presenza alto centosettantotto centimetri, un gigante per l'epoca, possiamo anche capire come sia stato facile rimanere incuriositi alla richiesta del conte che entrando al Casoni ordinava: "Fosco, il solito!". Non è difficile che il cocktail Negroni si sia velocemente diffuso semplicemente così, quando un primo inconsapevole cliente avvicinandosi al bar abbia ordinato quasi sottovoce: *Vorrei un "Americano" alla maniera del Conte Negroni.* Appuntamento quindi tra cinque anni circa per festeggiare l'anniversario dei cento anni di questa meravigliosa invenzione.

Cheers, Mr Count.

**Luca Picchi**





# MULLED WINE

## La forza corroborante del Vin Brulè

di **LEONARDO LEUCI**

**G**irovagando per i mercatini natalizi in molti si saranno imbattuti nelle classiche bancarelle o in qualche locale tipico che proponeva tra le offerte del giorno dei Mulled Wine, preparazioni conosciute in Italia con il nome generico di Vin Brulè. Questa deliziosa miscela di vino, zucchero o miele e spezie, che non ha una sola ed unica ricetta ma che viene in ogni paese, anzi in ogni città, caratterizzato in maniera tipica e unica,

sembra essere il tonico perfetto per riscaldare lo spirito durante le stagioni invernali.

Questa modalità di consumo è diffusa in ogni parte del mondo, ma è incredibilmente ignorata dai bartender. Il vino e le spezie sono due elementi importanti della nostra cultura e nella miscelazione in generale ma i Vin Brulè o preparazioni o simili non trovano spazio quasi mai sui nostri menu.

Le prime citazioni di vini speziati ser-



118. Gin Crusta.

(Use small bar glass.)

Gin crusta is made like the brandy crusta, using gin instead of brandy.

119. MULLS AND SANGAREES.

120. Mulled Wine without Eggs.

To every pint of wine allow:

1 small tumblerful of water.

Sugar and spice to taste.

In making preparations like the above, it is very difficult to give the exact proportions of ingredients like sugar and spice, as what quantity might suit one person would be to another quite distasteful. Boil the spice in the water until the flavor is extracted, then add the wine and sugar, and bring the whole to the boiling point, then serve with strips of crisp, dry toast, or with biscuits. The spices usually used for mulled wine are cloves, grated nutmeg, and cinnamon or mace. Any kind of wine may be mulled, but port or claret are those usually selected for the purpose; and the latter requires a large proportion of sugar. The vessel that the wine is boiled in must be delicately clean.

121. Mulled Wine with Eggs.

1 quart of wine.

1 pint of water.

1 table-spoonful of allspice, and nutmeg to taste; boil

viti caldi possano essere fatte risalire al primo secolo d.C. Quando i romani cominciarono a diffondere la cultura della vite la preparazione dei vini ippocratici e dei vini speziati si diffuse in tutta Europa, fino ai confini dell'attuale Gran Bretagna. È molto probabile che la fusione della cultura dei vini speziati, tanto amati dai Romani, con l'esigenza di servire qualcosa che aiutasse le legioni e le popolazioni a superare i rigidi inverni, abbia dato vita alla tradizione di servire queste bevande corroboranti.

Questa tradizione che si è radicata nel medioevo in quasi tutti i paesi europei, specialmente in Nord Europa, è ancora attuale. In Germania ed Austria troviamo il Glühwein, un vino speziato tradizionalmente con cannella, chiodi di garofano, anice stellato, scorze di arancia e spesso con della vaniglia e zucchero. In passato era tradizione riscaldare questa prepa-

razione utilizzando un pezzo di metallo rovente, tradizione usata per un Mulled Wine germanico che viene proposto anche con l'aggiunta di Rum e che trova nel vino di mirtillo o di ciliegie un sostituto molto apprezzato del vino. Esistono varianti prodotte con vino bianco al posto del classico rosso. Una delle più interessanti è sicuramente il Feuerzangenbowle, una sorta di punch a base di vino e spezie che viene dolcificato da una sugar loaf (una grossa zolletta di zucchero a forma di cono) che viene imbevuta con Rum ad alta gradazione a cui viene dato fuoco e che viene fatta sciogliere su una

*I vini speziati  
si diffusero in  
tutta Europa  
quando i Romani  
cominciarono a  
promuovere la  
cultura della vite*

griglia posta sopra la bowl di servizio.

Nei paesi nordici troviamo il tradizionale Glogg, termine utilizzato in Scandinavia per descrivere una bevanda preparata con vino rosso e spezie a cui si aggiunge Akvavit o Brandy. Questa bevanda è talmente popolare che in ogni supermarket si trovano dei premix già pronti da scaldare e anche in versione analcolica dove il vino è sostituito da succhi di frutti rossi. Queste bevande vengono tradizionalmente servite in accompagnamento ai classici biscotti allo zenzero o ad altri dolci tipici come il rice pudding. Anche i Glogg sono soggetti a molte varianti preparate con Porto, Madeira o Whisky.

I Mulled Wine in Olanda si chiamano Bischopswijn e sono connotati dalla presenza delle buccie di arancia amara. In Francia, specialmente a nord, sarà facile imbattersi nei tradizionali Vin Chaud con una leggera speziatura a base di cannella e chiodi di garofano e meno dolci dei cugini tedeschi e nordici. In Bulgaria è molto consumato il Greyano, un Mulled Wine preparato con miele e pepe, praticamente una versione calda del Piperatum tanto amato dagli antichi Romani a cui a volte viene aggiunto succo di mela o limone. Anche il Kuhano o Kuvano (vino cotto) è molto popolare, molto speziato, dolce e agrumato. Nei mercatini natalizi della Repubblica Ceca viene servito lo Svarak e in Ungheria il Forral Bor, in Lituania il Karstvins, in Macedonia il Vareno. Anche in Polonia e Romania troviamo ottimi Mulled Wine come il Vin Fiert preparato facendo bollire a lungo del vino rosso o bianco zuccherato in cui viene infusa della cannella e in cui vengono cotte arance e mele.

Dall'Europa la cultura dei Vin Brulè è arrivata anche in Brasile dove esiste il Vinho Quente preparato con vino rosso,





Cachaca, cannella e chiodi di garofano. In Russia si prepara una versione molto simile a quella tedesca chimata Glintwein, mentre in Turchia per preparare il Sıcak Sarapsi si lasciano gli agrumi cuocere insieme al vino dolce. Ogni paese ha caratterizzato le ricette tradizionali in base ai gusti locali che prediligono più o meno dolcezza o speziatura. In Canada nella regione del Quebec si prepara il Caribou Wine a cui si aggiungono alcol e sciroppo d'acero.

La preparazione dei Mulled Wine viene lasciata libera da ogni sorta di regola. Se ne era accorto anche Jerry Thomas che descrive queste preparazioni nel suo libro. Jerry Thomas riporta alcune ricette la cui nota interessante è che una delle varianti più significative sta nella presenza o meno delle uova con o senza bianco. The Professor elenca le spezie più utilizzate e aggiunge il macis precisando che queste bevande vengono solitamente servite in accompagnamento a dei biscotti o pane tostato. I Mulled Wine avevano una connotazione molto popolare. Possiamo utilizzare differenti tipi di vino aromatizzati o naturali, giocare con i liquori alla frutta e con gli amari, con la frutta fresca e con le spezie, con zuccheri differenti o miele, sciroppo d'agave o di acero, distillati di ogni tipo e provare ad integrare the speciali e aromatici.

I Mulled Wine sono personalizzabili e possono diventare elementi che ci contraddistinguono in quanto una ricetta sarà una nostra personalizzazione. Servito in modo creativo, con un servizio da tè o in un bicchiere di coccio, il vostro Mulled Wine vi premetterà di conquistare il cliente con qualcosa che è strettamente distintivo del vostro stile e del vostro bar.

**Leonardo Leuci**

# SACRE DOLCI BOLLICINE

## Il singolare percorso dello spumeggiante vino delle feste

DI FULVIO PICCININO



**N**essun prodotto fermentato o distillato che apprezziamo sulle nostre tavole ha attraversato la storia così com'è. C'è un cammino affascinante che ha portato ogni prodotto fino a noi e che ci riserva curiose sorprese.

Il vino della festa per eccellenza, il Moscato d'Asti, conosciuto nell'omonima docg con la sola origine, deve la sua diffusione iniziale in Piemonte al fatto di essere stato utilizzato come vino da mensa. Ancora oggi questo vitigno aromatico

viene utilizzato per la quasi totalità dei vini da liturgia, corposi ed alcolici, spesso fortificati, che ben poco hanno in comune con gli spumeggiati calici che tintinnano fra Natale e Capodanno. Se si verificano attentamente le aree di coltivazione storiche del Moscato scopriremo come esso si sviluppi intorno ad aree sedi di importanti abbazie medioevali e che la sua coltivazione sia spesso abbinata ad un vino rosso dolce liquoroso.

Inizialmente il vino da liturgia doveva





essere necessariamente rosso, per rispettare la cromia del sangue di Cristo, più tardi venne diffusa una dispensa che autorizzava l'uso del vitigno bianco. La ragione era essenzialmente pratica, poiché non avendo pigmentazione non macchiava gli abiti e le suppellettili utilizzate per la funzione religiosa. Questa singolare diffusione si ha tutt'oggi nel sud della Francia dove troviamo il Muscat de Frontignan e Riversaltes che circonda l'importante abbazia di Fontfroide, nel promontorio a nord est della Corsica, sede di alcuni importanti conventi francescani, dove viene prodotto l'eccellente Muscat du Cap Corse e infine in Piemonte, nell'area che ha come centro la prestigiosa abbazia di Vezzolano.

Fino a non poco tempo fa importanti aziende spumantistiche piemontesi, con all'attivo milioni di bottiglie di spumeggianti Asti e operanti nella zona del Moscato idealmente compresa fra Canelli e Cossano, convivevano a stretto contatto con un convento di suore sito a Santo Stefano



ASTI  
D.O.C.G.

Belbo che produceva la quasi totalità del vino da messa italiano. Oggi il convento è chiuso e la produzione è stata trasferita altrove, mentre le aziende sono ancora in piena produzione, anzi vedono crescere i loro fatturati per via di un export a Est che non accenna a diminuire.

L'Asti è un vino semplice e profumato ideale per chi inizia l'approccio al vino per soddisfare il proprio palato grazie a una morbida persistenza dolce. Il successo del Moscato in Piemonte ha origini antiche ed inizia fin dal 1300 con la coltivazione nelle aree attuali delle Langhe. Il suo nome, Moscato o "Moscado", derivava da un'essenza profumata utilizzata in profumeria



che ben poco ha a che vedere, come altri sostengono, con il favore che riscuote fra gli insetti alati per via dei suoi dolci acini. La sua massima diffusione fu durante il regno del Duca di Savoia, Emanuele Filiberto, che ne apprezzava il profilo aromatico e la dolcezza come vino da dessert, quasi sicuramente vinificato nella sua versione passita, di cui in Piemonte abbiamo ancora testimonianza nella piccola doc, Loazzolo.

Il vino riscosse favori anche all'estero, grazie al fatto che il re, nei suoi frequenti viaggi diplomatici, era solito portare pregiate bottiglie in omaggio alle corti europee.

Le aree di maggiore rilievo vennero indicate dagli enologi di allora come la zona intorno a Canelli dove di lì a poco si svilupperà l'importante tradizione spumantistica. I primi esperimenti di rifermentazione in bottiglia, figli del successo dello Champagne francesi, furono

condotti dagli enologi di Gancia utilizzando il dolce vitigno piemontese che portava in dote un'importante componente zuccherina e che pertanto non necessitava di liqueur de tirage. Il Moscato che se ne otteneva era non eccessivamente dolce, con una buona presa di spuma. Ancora oggi

esistono alcune versioni di questa storica tipologia di vinificazione. Ma la maggioranza delle bottiglie prodotte all'interno degli imponenti stabilimenti enologici sono frutto di vinificazioni in autoclave.

La fermentazione viene fermata per raffreddamento al grado alcolico desiderato mai superiore ai 6 o 7 % ideale per accompagnare i classici dolci delle feste. La necessità di contenere i costi e la massa produttiva per via del successo del Moscato in Italia e nel mondo ha reso necessario l'uso del metodo Martinotti. Grosse autoclavi ci consegnano un prodotto corretto e semplice nei profumi dopo un processo produttivo di poche settimane atte a soddisfare le richieste che sommano ben cento milioni di bottiglie per un giro d'affari milionario. Questi volumi ne fanno il vino spumante aromatico più diffuso al mondo, ma non bisogna dimenticare anche l'ottima versione a tappo raso nota come "Moscato d'Asti" delicatamente aromatico con leggera effervescenza e dolcezza calibrata che viene prodotto in quantità minori da piccole e medie realtà. Starà al nostro gusto scegliere quale tipologia preferire. Una menzione speciale per la versione ferma, passita o in vendemmia tardiva, che ben si abbina con i formaggi erborinati o lungamente stagionati che può essere un'ottima alternativa al classico abbinamento con i dolci del nostro Natale.

**Fulvio Piccinino**

*Il Moscato, ideale per accompagnare i dolci delle feste, è il vino spumante aromatico più diffuso al mondo*

# RON palma **MULATA** de CUBA



[www.mavidrink.it](http://www.mavidrink.it)

 **FiveSenses**<sup>®</sup>  
Spirits & Drinks

By **MAVI DRINK**<sup>®</sup>

# DON THE BEACHCOMBER

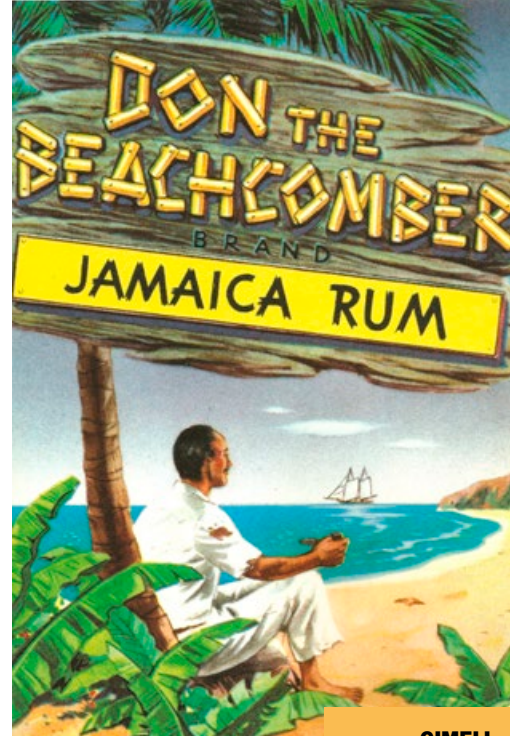
## Un pirata visionario inventore del Tiki

di **GIANNI ZOTTOLA** (ha collaborato **FABIO BACCHI**)

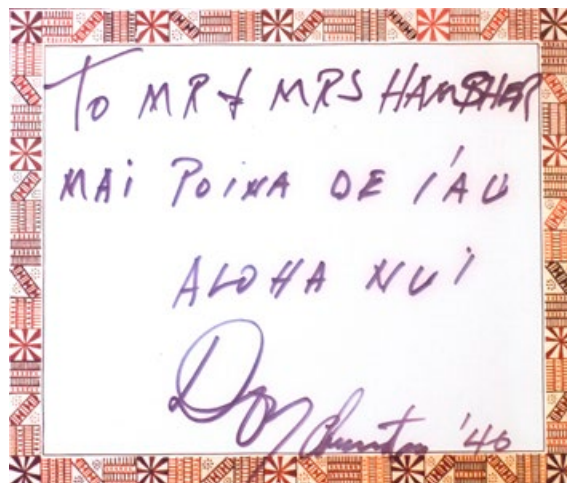
**È** probabilmente al più anziano dei Gantt che si deve molto della formazione del giovane Ernest Raymond Beaumont Gantt, in arte Don Beachcomber. Infatti è proprio dal quel bon viveur e amante dei bar che era il nonno, che all'età di 17 anni Ernest ha imparato "the difference between work and play". Concetto che Don Beach non ha immediatamente assimilato, vivendo per diversi anni secondo la sua sacra "Number-one rule: Enjoy life and spend every penny I make". In effetti pare che i suoi viaggi in giro per il mondo fossero costati complessivamente intorno ai 3 milioni di dollari. Sono gli stessi viaggi che, sul finire degli anni '20, lo indussero a decidere che la possibilità di conoscere luoghi e persone fosse più formativa di qualsiasi università.

Inizialmente arrivò in Jamaica dove si appassionò al Rum e poi, alle Hawaii, dove il profumo floreale e tropicale dei Caraibi sedusse sia la mente sia il cuore di un giovane che poco più che ventenne a Tahiti veniva chiamato "Il Marama" (il lungimirante). Ma è a Hollywood nel '31, in cerca di celebrità e fama, che il lungimirante, allontanato dal Rum dall'oscurità del proibizionismo, affina la passione culinaria





**CIMELI**  
 ALCUNE  
 PUBBLICITÀ E  
 MENU  
 ORIGINALI  
 DI DON  
 BEACHCOMBER



trasmessa dalla madre, in particolare approfondendo le conoscenze di lei sui cibi tipici cantonesi.

La vita disegna strade sconosciute e inaspettate e le ambizioni di gloria e successo di Ernest presero una di queste. A Ernest, Don per via della sua attività da bootlegger iniziata già con il nonno, venne proposto di collaborare con la produzione cinematografica South Seas per le sue vaste conoscenze sulla cultura tropicale. Grazie a ciò nel '33, affittando un ex laboratorio sartoriale, Ernest ebbe modo di mettere in pratica le sue ampie esperienze e le doti manageriali acquisite dal padre petroliere. Con la sua aria da avventuriero e sognatore rivoluzionò quel locale ricreandovi una artificiosa atmosfera tropicale,



prestando attenzione al design degli arredi, riempiendo lo spazio con sonorità a tema e, soprattutto, creando ed elaborando sino all'estremo quelle ricette che ancora oggi sono conosciute come "exotics drinks". Era nato il suo primo bar, destinato a diven-

tare un santuario del bartending mondiale: Don's Beachcomber.

Don aveva già capito tutto, e nacque un mito. Interpretando a suo modo la miscelazione cubana, considerata troppo statica e chiusa, trasforma il concetto "lime, zucchero e Rum" creando miscele particolari

che mai sono esistite nelle terre caraibiche del Rum, tantomeno in Polynesia. Sfrutta abilmente la commerciabilità del rum, le

cui migliori qualità potevano essere reperite per solo 50/60c a litro, miscelandolo in una sua "Rum Rhapsody" che costituisce il patrimonio del messaggio che Don ha fatto arrivare sino ai giorni nostri. La ricerca di un prodotto unico e di eccellenza che Don volle sperimentare sposando tra loro il meglio dei Rum in circolazione.

Il Rum era un prodotto del quale lui era ampiamente esperto ma quasi sconosciuto, o dimenticato, alla popolazione americana per anni indotta a bere, birra, Whiskey e Gin di dubbia produzione. Proprio questa vasta padronanza e un palato sopraffino gli permisero di equilibrare miscele mai viste prima, diventate stimolo per un periodo di sviluppo economico in un dopoguerra pieno di sogni e ambizioni, voglia di vivere, speranza e serenità.

Si potrebbe racchiudere la genialità di Don Beach nel non rimanere servo delle sue sperimentazioni, dei suoi vizi come

*Cambiando  
la triade "lime,  
zucchero e Rum"  
creò miscele  
particolari  
e di immediato  
successo*



**DON  
BEACHCOMBER**

NELLA PAGINA  
ACCANTO IL  
BANCONCONE DEL  
CELEBRE  
LOCALE. SOPRA  
E A LATO ALCUNE  
IMMAGINI  
STORICHE



delle sue superbie. Esprimendo e gestendo il mistero che avvolge le sue preparazioni, con estrema chiarezza si avvantaggia di piccoli espedienti e trucchi di mestiere facendo di se stesso, del suo personaggio, del suo bar e sin dall'inizio un brand che sarebbe passato alla storia conquistando mercati in tutto il mondo. Non è stato un tentativo, ma la genialità come fosse

una conoscenza prenatale di un processo evolutivo, il Tiki, che la storia ci insegna essere divenuto un vero fenomeno, in seguito conformista, kitsch e fuori controllo. Il drink, accompagnato da cibi cantonesi, come oggetto di desiderio e consumo, assunse un'importanza diversa. Capace di evocare le stesse atmosfere che la gente sognava e che Don aveva realmente vissuto, di suscitare una certa forma di ilarità precostituita e avvicinare le persone nonostante le marcate differenze sociali con ingenti quantità di Rum e spettacoli vari. Dalla musica, alla scultura, alla pit-



tura. Senza contare i gadget e le donne mezze nude.

“Se non potete arrivare al paradiso, lo porterò io da voi”. Paradiso, Hawaiiiki, questo è ciò che Don diceva ai suoi clienti e ciò che si vantava di fare studiando con accurato dettaglio ed inesauribili astuzie di coinvolgimento: “il Luau”.

Sumatra Kula, Zombie, Mai Tai Swizz-

le, Beachcomber's gold, Pearl Diver, Pi Yi.. Con Don the Beachcomber il Tiki entrò prepotentemente nella vita di milioni di persone e avrebbe dato il via a un fiume in piena di interpretazioni, imitazioni e divagazioni pop e naif. “MAI POINA DE I'AU (non ti scordare di me). ALHOA NUI. Don.”

**Gianni Zottola**  
(ha collaborato Fabio Bacchi)

## LA RICETTA

### BEACHCOMBER'S GOLD

Uno dei primi drink di Don. Porta il suo nome ed è ancora oggi uno dei più discussi per le numerose ricette di riferimento. Questa ricetta in particolare è quella al momento più datata. Trovata nel taccuino personale di Dick Santiago, uno dei primi collaboratori di Don, è del 1937. Del tutto particolare la decorazione con una conchiglia di shaved ice ricavata dallo stesso bicchiere di servizio.

#### Ingredienti

- ½ Oz succo di lime
- ½ Oz zucchero liquido
- 1 Oz rum portoricano\* ambrato (o cubano)
- ¼ Oz rum jamaicano ambrato
- ¼ Oz rum jamaicano dark
- 4 Gocce di estratto di mandorla amara
- 6 Gocce di pernod
- 2 Oz ghiaccio tritato

#### NOTE

Il Beachcomber's Gold ha il pregio di evidenziare la complessità che caratterizza da subito le preparazioni di Don Beach rispetto ai suoi successori. Inoltre evidenzia quanto la decorazione può essere sia funzionale che scenica e suggestiva. Il Beachcomber's Gold apre anche un altro concetto importante riguardo al ghiaccio, il suo utilizzo e la misurazione del peso. Ad oggi non si è sicuri se questa ricetta sia stata la prima ad essere scritta perchè esistono molte altre ricette di questo drink che sono frutto di rielaborazioni dei vari bartender che hanno lavorato nel gruppo nei diversi anni. Probabilmente è la ricetta più datata che si possa trovare.



Metodo flash blend e strain in coppa.





# RON BARCELÓ

-RON DOMINICANO-  
AGED RUM



## IMPERIAL PREMIUM BLEND, GRAN PLATINUM, IMPERIAL LE TRE ANIME DELL'ECCELLENZA

LA LUNGA TRADIZIONE DI RON BARCELÓ TROVA LA MASSIMA REALIZZAZIONE IN UNA SELEZIONE SPECIALE DI RUM PURI E AUTENTICI, UNA GAMMA COMPLETA E RAFFINATA DAI SAPORI MORBIDI E SAPIENTEMENTE EQUILIBRATI: IL CRISTALLINO RON BARCELÓ GRAN PLATINUM, CON LE SUE NOTE AGRUMATE E FRESCHE, DAL SENTORE FRUTTATO ALLA MELA VERDE E AL PEPE ROSA; RON BARCELÓ IMPERIAL, CHE DEVE IL SUO GUSTO MORBIDO E AROMATICO ALL'ACCURATO INVECCHIAMENTO IN BOTTI DI ROVERE; RON BARCELÓ IMPERIAL PREMIUM BLEND, IL GIOIELLO DELLA FAMIGLIA BARCELÓ, UN'EDIZIONE LIMITATA DAL SAPORE DI FRUTTA, CRÉMA BRULÉE, CILIEGIA E NOCI TOSTATE, ATTENTAMENTE INVECCHIATA IN BOTTI DI CHATEAU D'YQUEM, PRESTIGIOSA CANTINA CON OLTRE QUATTRO SECOLI DI STORIA. INTENSI E VELLUTATI, I RUM DELLA CATEGORIA PREMIUM RESTITUISCONO L'ALTA QUALITÀ E L'ESPERIENZA DI RON BARCELÓ NELLA TRADIZIONE DEI PROCESSI DI FILTRAZIONE E INVECCHIAMENTO, COMBINAZIONI ACCURATE E UNICHE PER OTTENERE PRODOTTI D'ECCELLENZA.

### AWARDS

#### IMPERIAL PREMIUM BLEND



2013 - GOLD BEST IN CLASS  
PREMIUM AGED  
MIAMI RUM FESTIVAL - RUM XP



2013 - DOUBLE GOLD  
SAN FRANCISCO  
WORLD SPIRITS COMPETITION



BTI 2012 PLATINUM MEDAL SPIRITS

#### IMPERIAL



2013 - GOLD - OLD AGED  
MIAMI RUM FESTIVAL - RUM XP



2011 - GOLD -  
BLEND WINE & SPIRITS  
- SIP AWARDS



---

# ROSSO MELOGRANO

Chicchi o sciroppo  
per il re degli antiossidanti

di **GIOVANNI CECCARELLI**

I melograno, nome scientifico *Punica Granatum*, è una pianta della famiglia delle *Punicaceae* che può raggiungere i 7 metri di altezza e, a seconda della specie, può essere sempreverde o decidua. Non teme né il caldo estivo né gli inverni rigidi, non necessita di grandi

quantità di acqua e per questo ha sempre ricoperto un ruolo di estrema importanza per le popolazioni insediate in territori aridi.

Oggigiorno, per via della sua grande adattabilità, viene coltivata in Medio Oriente, India, nelle regioni mediterranee,



*Il frutto è una  
gustosa  
bacca rotonda,  
gialla o rossa,  
divisa in varie  
sezioni contenenti  
molteplici arilli*

Stati Uniti, Cina, Giappone e Russia. Il frutto del melograno viene detto balausta o melagrana ed è una bacca rotondeggiante, di colore giallo o rosso, del diametro compreso tra i 6 e i 12 cm; è diviso in diverse sezioni contenenti tanti arilli carnosi di colore variabile dal rosa al rosso.

All'interno di ogni arillo troviamo un seme che è composto da un embrione e da un tegumento legnoso. Ha una maturazione non climaterica pertanto non migliorerà le sue proprietà organolettiche una volta staccato dall'albero ma andrà solo verso senescenza. È quindi importante raccoglierlo o acquistarlo al giusto punto di maturazione. Può essere utilizzato come ornamento, mentre i suoi semi vengono spesso utilizzati come garnish in molti dessert ed insalate. Gli arilli vengono utilizzati anche per ricavare un succo

molto gradevole, di colore rosso, zuccherino ma leggermente aspro.

Il succo costituisce il 45-65% dell'intero frutto e il 76-85% dei chicchi. La conservazione deve avvenire a temperature comprese tra i 6°C ed i 10°C perché a temperature più basse il frutto subirebbe dei danni da raffreddamento (colorazione marrone della buccia, decolorazione degli arilli) mentre a temperature più elevate il deperimento sarebbe più rapido. È inoltre consigliabile riporlo in contenitori chiusi per evitarne la disidratazione. In miscelazione, il frutto del melograno ha sempre rivestito un ruolo di primaria importanza e lo si utilizza principalmente sotto forma di sciroppo: la granatina.

La maggior parte degli sciroppi di granatina presenti oggi in commercio non sono più a base melagrana ma sono ottenuti



con limone, lampone o ribes ed hanno un sapore che difficilmente si avvicina al prodotto originale.

Per preparare uno sciroppo di granatina che mantenga inalterate le caratteristiche gustative del frutto è necessario liberare gli arilli ed immergerli in acqua fredda: in questo modo andranno a fondo mentre eventuali parti dell'endocarpo e mesocarpo (parte bianca del frutto estremamente amara) galleggeranno e potranno essere rimossi. Con l'ausilio di un colino a maglie fini, premere i chicchi in modo da ottenere il succo, facendo attenzione a non schiacciare con violenza il tegumento, che è ricco di tannini, dal sapore astrin-

gente. Lasciar decantare un paio d'ore il succo in frigorifero per far precipitare la parte mucillagginosa e successivamente filtrare con un filtro di carta. Misurare la quantità ottenuta ed aggiungere una quantità di zucchero pari al doppio del liquido. Con uno sbattitore automatico o un frullatore ad immersione, far disciogliere lo zucchero a temperatura ambiente. Attendere qualche minuto affinché dal nostro sciroppo fuoriesca l'aria che è stata insufflata durante la lavorazione e filtrare l'eventuale zucchero in eccesso (la soluzione è sovrasatura). È importante non scaldare il succo perché questo potrebbe portare alla degradazione dei pigmenti, a reazioni di imbrunimento (dovute alla reazione di Maillard) e ad accelerare l'ossidazione dell'acido ascorbico. Tale operazione causerebbe anche un sensibile cambiamento di gusto.

Un drink che prevede direttamente l'utilizzo di succo di melagrana è il Tintoretto. Anche in questo caso occorre un succo non torbido; spremere gli arilli e lavorare il liquido ottenuto come descritto prima. A questo punto, in un mixing glass o in un gallone, miscelare 1/3 di succo con 2/3 di prosecco e versare in una flute ghiacciata. Come decorazione appoggiare qualche chicco sulla base del bicchiere e cospargere con dello zucchero a velo oppure fissare al bicchiere un fiore di melograno con uno stuzzicadenti in bamboo.

**Giovanni Ceccarelli**





**LES FILS D'EMILE PERNOT**  
DISTILLERIE FONDÉE EN 1890

2014 FRANCISCO WORLD  
SPIRITS  
COMPETITION  
**2008**  
DOUBLE GOLD  
(BEST OF CLASS)

**VIEUX PONTARLIER**  
FRANÇAISE **ABSINTHE** SUPÉRIEURE  
  
**65°**  
**LES FILS D'EMILE PERNOT**  
DEPUIS 1890  
Boisson Spiritueuse



# LA FATA VERDE DALLE ORIGINI AL ROGO

Holy trinity: tre ingredienti  
imprescindibili  
per lo spirito bohémien

di **GIANLUCA CAMAZZOLA**

Il nome assenzio deriva dal suo ingrediente principale l'artemisia absinthium comunemente conosciuta come assenzio maggiore che è una pianta perenne, aromatica della famiglia delle Asteracee. Si tratta di un arbusto che cresce prevalentemente nelle zone alpine con un caratteristico colore verde dai riflessi argentei.

Internazionalmente definito absinthe, in Italia, con il termine assenzio si intende il distillato ottenuto dalla macerazione in alcool titolante 85° e successiva distillazione di artemisia absinthium, semi di anice verde, semi di finocchio (tre ingredienti imprescindibili che insieme vengono definiti "holy trinity") e a seconda delle caratteristiche che il distillatore vuole ottenere coriandolo, issopo, radice di angelica, artemisia pontica, veronica, cannella, bucce di arancia e di limone, genepì, vaniglia, etc.. Dopo la distillazione



si presenta neutro ed a questo punto può seguire una seconda macerazione per colorare l'assenzio. Allo scopo vengono solitamente utilizzate artemisia pontica, issopo, melissa e menta.

L'absinthe è il prodotto di un sapiente bilanciamento degli ingredienti utilizzati,



**TOULOUSE**  
 FOTO PRE BANDO  
 1893, L'HEURE VERTE.  
 NELLA PAGINA  
 ACCANTO L'ARTEMISIA.  
 IN BASSO OPERA DI  
 JEAN BÉRAUD, LA  
 LETTRE, 1908 CHE  
 RAFFIGURA UNA  
 COPPIA CHE BEVE  
 ASSENZIO IN UN BAR.

l'erba santa (uno dei termini usati per definire la pianta dell'assenzio estesa poi al liquore da essa ottenuto come scrive Benoit Noel: "Alfred Jarry non volle mai utilizzare altra espressione per la sua bevanda favorita") ha infatti un pronunciato gusto amaro che dovrà essere ammorbidito dalla dolcezza dei semi di finocchio, arricchito dai profumi dei semi di anice verde e dal sapore erbaceo dell'issopo. Inoltre i semi di coriandolo, la melissa e la menta completano la pittura del quadro sensoriale aggiungendo tonalità piccanti ed acidule.

Utilizzata fin dai tempi degli antichi egizi e successivamente da greci e romani come pianta curativa, l'artemisia absinthium diventa il principale ingrediente di quello che si può definire l'antenato dell'attuale assenzio quando, nel 1792, il medico francese Pierre Ordinaire ne ideò la ricetta. Il Dr. Ordinaire, una volta

abbandonata la Rivoluzione Francese, si stabilì in Svizzera e precisamente a Couvet in Val-de-Travers. Fu in questa piccola città che i suoi scritti finirono nelle mani delle sorelle Henriod che iniziarono a produrlo in casa. Le due sorelle nel 1797 concessero la ricetta al Maggiore Dubied nella speranza di commercializzare questo originale prodotto nella Val de Travers. In quello stesso anno la figlia del Maggiore Dubied sposò Henri-Louis Pernod. L'unione di queste due famiglie rese possibile l'apertura di una distilleria a Couvet ed è da questo momento che l'elisir del dottor Ordinaire prende vita.

*Pierre Ordinaire,  
 medico francese,  
 ideò, nel 1792, la  
 ricetta originaria  
 prima versione  
 dell'attuale  
 assenzio*



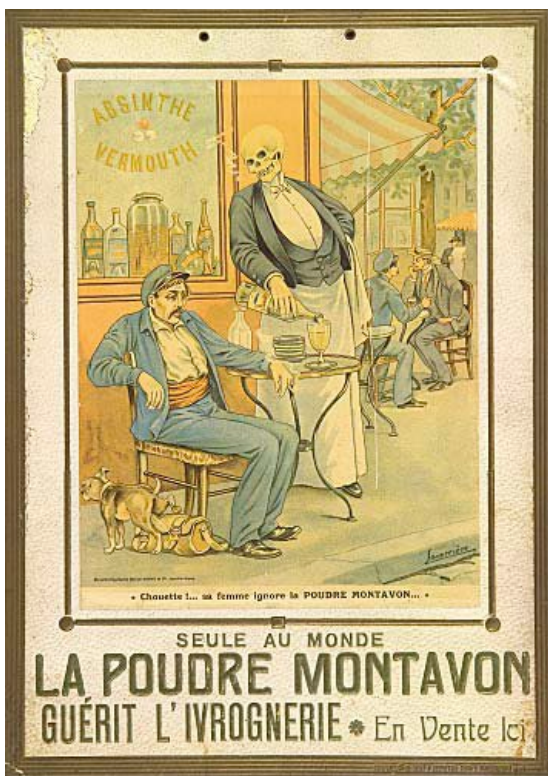
Nel 1805 il signor Pernod si trasferì a Pontarlier in Francia dove aprì una distilleria molto più grande lasciando quella di Couvet al Maggiore Doubied che proseguì a produrre assenzio ancora per molti anni fino a cedere l'attività a suo cugino Fritz Duval. Il successo di questa nuova bevanda fu immediato e indusse molti ad avviarne la produzione tanto che nel giro di pochi anni aprirono almeno una decina di distillerie.

Lo spartiacque che segnò il confine, da fenomeno ancora circoscritto alla propria terra di origine a quello di portata nazionale e in seguito continentale, lo potremmo identificare con l'evento bellico che vide la Francia impegnata nella guerra di conquista dell'Algeria. Nel 1840 ben 115.000 soldati francesi invasero lo stato africano. Nella speranza di disinfettare le acque malsane e prevenire la dissenteria, i soldati avevano preso l'abitudine di aggiungere una dose di assenzio nell'acqua da bere. Una volta terminata la guerra, al rientro in patria, gli ex combattenti cominciarono a chiederlo nei locali pubblici desiderosi di farlo assaggiare a parenti ed amici, fu anche per questo che gli esti-



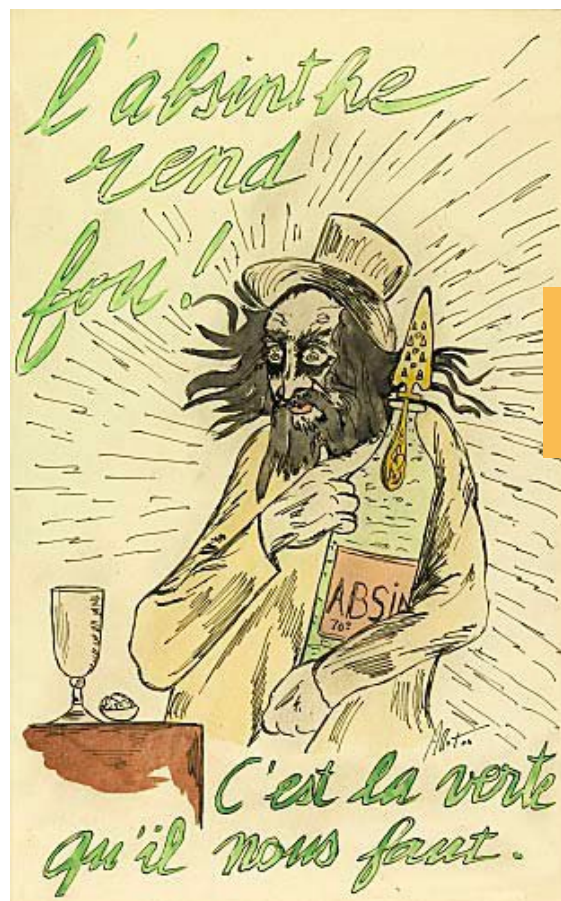
matori dell'ambrosia verde aumentarono progressivamente e non solo tra letterati, pittori ed artisti ma pure tra le persone comuni al punto di diventare l'aperitivo tradizionale (soprattutto in Francia e Svizzera) celebrato durante "l'heure verte" che si svolgeva dalle ore 17 alle 19. Da qui ebbe inizio la storia dell'assenzio che negli anni successivi si diffuse progressivamente. Sorsero nuove distillerie soprattutto in Francia e Svizzera ed il suo consumo superò quello di vino e cognac fino ad allora incontrastati attori nel mer-





cato delle bevande alcoliche.

Molto probabilmente furono proprio le crescenti pressioni di influenti produttori e commercianti di vino, cognac e liquori, che vedevano in costante ribasso le proprie vendite, a costringere il governo francese ad affidare a medici e scienziati la realizzazione dei primi test sul tujone (composto chimico contenuto in tutte le artemisie e in altre piante la cui molecola ha una struttura chimica molto simile al THC della cannabis) e sui pazienti affetti da absintismo (l'insieme dei sintomi accusati da un consumatore cronico di assenzio, assimilabili a quelli riscontrati dall'alcolismo). Il fronte anti-assenzio si allargò ad altri strati della società alimentato da alcuni episodi violenti accaduti ad inizio del '900 i cui protagonisti vennero accusati di averne consumato prima di compiere i loro crimini. Poca importanza aveva, per l'opinione pubblica, il fatto che gli stessi avessero abusato non solo della "fée verte" ma anche di altre bevande alcoliche. La diabolica inquisizione, guidata dalle lobby dei produttori di vino e distillati, aveva trovato terreno fertile per scomunicare la fata ed eliminare un peri-



**CAMPAGNA  
DIFFAMATORIA**  
ALCUNI POSTER  
CONTRO L'USO  
DELL'ASSENZIO

coloso concorrente trovando allo stesso tempo nel governo francese, alla ricerca di un capro espiatorio per fermare l'alcolismo e il suo abuso tra i militari, un ottimo alleato.

La campagna diffamatoria nei confronti dell'assenzio ebbe un grande impatto sulla popolazione poco istruita ed informata, puntando sulla pericolosità del principio attivo contenuto nell'assenzio e sugli effetti allucinogeni che gli venivano erroneamente attribuiti in base solo alla somiglianza della disposizione spaziale della sua molecola con quella del tetraidrocannabinolo (THC), principio attivo della Cannabis. Recenti studi hanno smentito le teorie dell'epoca sviluppate a seguito dei test scientifici voluti dal governo francese: il tujone limitato da una normativa europea a 35mg/lit per gli absinthe attuali non provoca tossicità se non in caso di un consumo smodato di assenzio ed a questo punto sarebbe prima l'alcool a provocare danni. Gli inquisitori utilizzarono metodi molto efficaci tappezzando le città



#### QUADRI

QUI SOPRA:  
JEAN FRANCOIS  
RAFFAELLI,  
THE ABSINTHE  
DRINKERS.  
A DESTRA:  
JEAN BÉRAUD,  
AU CAFÉ

di manifesti e locandine che lanciavano segnali inequivocabili sulla correlazione tra l'absinthe e i danni che reca alla salute. La fata verde fu condannata al rogo con il voto della camera dei deputati del 12 febbraio 1915. Un poster dell'epoca, in cui viene raffigurata la surreale esecuzione, riporta la data e annuncia ironicamente *“La fata verde francese raggiunge la sua sorella svizzera che l'attende dal 5 luglio 1908”*. Si arrivò così alla messa al bando dell'assenzio anche nella sua culla di origine e che gradualmente, fino al 1923, coinvolse quasi tutti gli stati.

Una seconda crociata interessò la Francia, dopo quella organizzata ad inizio del XIII secolo per arginare l'eresia dilagante nelle terre della Linguadoca e che vedeva in Raimondo VI, conte di Tolosa, il fautore da esorcizzare. Tocò all'infedele fata di Pontarlier subire la condanna di fautrice di un'originale forma eretica. Nel suo *“L'absinthe, un mythe toujours vert”* Benoit Noel ci racconta che gli iniziati ai misteri di Iside le rendevano culto portando un ramo di assenzio. Si presume difatti che la dea egizia della fertilità che

ha restituito ad Osiride il suo soffio vitale, allontanò le malattie proprio come l'absinthe.

La vocazione benevola della pianta dell'assenzio ha prevalso nei confronti di quella ostile che i testi antichi mettono in perpetuo dualismo, difatti in contrapposizione a quanto riportato sopra nel *“Deuteronomio”* Mosè esorta la sua gente a eliminare dentro di sé tutte le *“radici che producono veleno e assenzio”*, per progredire verso la santità. Immaginiamo che il consiglio europeo abbia subito una qualche intercessione trascendentale decretando la direttiva del 22 giugno 1988 che di fatto riabilitò l'utilizzo dell'artemisia absinthium nella produzione di bevande alcoliche. Tale norma, che ha lo scopo di riavvicinare le legislazioni degli Stati membri nel settore degli aromi destinati ad essere impiegati nei prodotti alimentari, nell'allegato II stabilisce in 35 mg/kg la quantità massima di tujone nella categoria.

Dai primi anni del 2000 l'assenzio è tornato in commercio anche negli stati dove prima vigeva il bando. Tra i tanti prodotti attualmente disponibili sotto il nome di absinthe possiamo trovare molti surrogati e assenzi moderni che poco hanno in comune con quelli autentici. Acquistare una fata verde che rispetta i canoni di produzione delle distillerie pre bando è possibile ma solo dopo un'attenta informazione.

**Gianluca Camazzola**

Absinthe Suisse Verte

# DUPLAIS

## VERTE



# QUEL LUNGO ANTICO MAGICO VIAGGIO

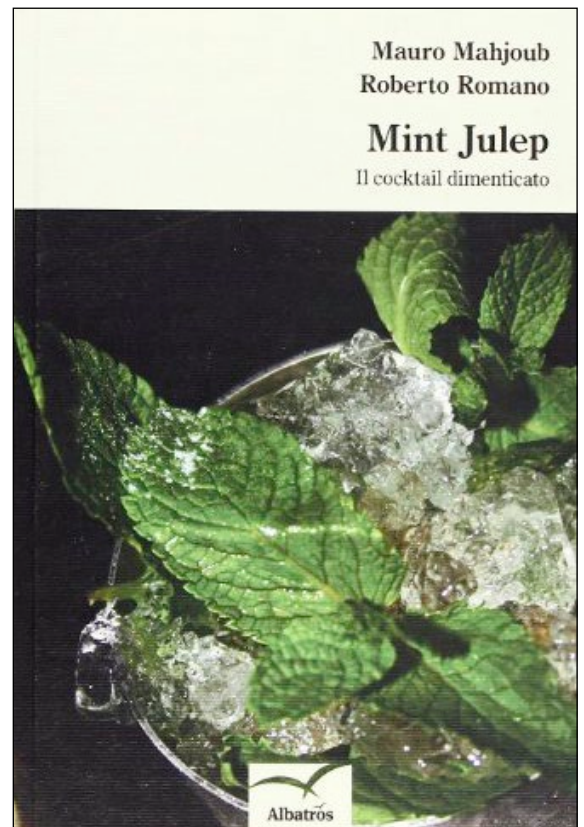
## MINT JULEP- Il cocktail dimenticato

Mauro Mahioub e Roberto Romano

Albatros Edizioni (12,00 euro)

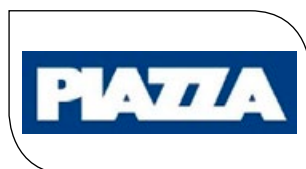
**U**n lavoro veramente ben fatto. È il primo pensiero che ho avuto dopo avere letto questo appassionato viaggio alla riscoperta del Mint Julep. Mauro Mahioub e Roberto Romano hanno offerto una vetrina privilegiata a un drink che meriterebbe massima attenzione in quanto è una delle basi della storia della miscelazione. I due autori ripercorrono la lunga avventura del Mint Julep alla scoperta di origini, luoghi, uomini e bar attingendo a una indiscutibile serie di documenti storici dal valore ineccepibile.

È un viaggio nel tempo alla scoperta di sapori non antichi, piuttosto senza tempo. Il libro è coinvolgente dal punto di vista storico e ha un valore che definirei trasversale. Interessa coloro che da professionisti alimentano la curiosità verso il proprio lavoro e permette ai neofiti di cimentarsi nella corretta esecuzione del drink grazie ai consigli degli autori che, non dimentico, sono due affermati professionisti. Un esempio su tutti, nella celebrazione degli ingredienti ideali, è il capitolo riguardante i tipi di menta e la cura che bisogna averne sino alla corretta coltura della stessa. Non



mancono una serie di ricette con varianti sul tema. La lettura del testo è veloce e, grande qualità per un professional book, si imprime facilmente nella memoria di ciascun lettore grazie alla scorrevolezza di lettura e chiarezza dei concetti. I due autori donano un contributo importante alla riscoperta di questo grande classico, pietra miliare della miscelazione. “Mint Julep” non dovrebbe mancare nella biblioteca dell’affermato bartender o del semplice appassionato di un certo modo di bere.

**Alessandro Palanca**





**BULLDOG**  
LONDON DRY GIN

BEVI RESPONSABILMENTE



**BULLDOG**

A Brazen Breed,  
Perfectly Balanced With  
Natural Poppy, Dragon Eye  
And Hints Of Crisp Citrus.  
Bulldog Guards The Time-Honoured  
Tradition Of Distilling,  
Meeting All Opposition With  
Brilliant Character And  
A Palatable Disposition.  
Respect Its Spirit And  
It Will Remain Forever Loyal.

LONDON DRY GIN  
DISTILLED FROM 100% GRAIN NEUTRAL SPIRIT  
PRODUCT OF ENGLAND  
40% VOL 70 cl e

**BLOODY GOOD SPIRIT**

**Il gin premium dal carattere forte**

Bulldog Gin, il London Dry risultato del mix esotico di 12 botaniche che subiscono quattro processi di distillazione. Un mix di erbe e spezie aromatiche provenienti da 8 paesi del mondo con particolare cura nella ricerca dell'unicità: la seducente ciliegia cinese, i fiori di loto asiatici e i semi di papavero bianco della Turchia. Bulldog Gin: un super premium dal gusto inimitabile.