

Bar Tales

POCHI
MA BUONI
RITORNO A CASA
LUSSO D'ARTISTA
CELEBRAZIONI
CUBANE
ALPESTRE
MOMENTI EPICI
A TUTTO RUM
face
to face
L'ERBORISTA
ARTIGIANO
IL GUSTO
PIÙ DOLCE
DELL'AMARO
Benvenuti,
al Mauro's
CLUB
un cocktail
CHIAMATO
cardinale
LIQUID STORY
EGG NOG, PLEASE
si riparte dal nazionale
WINE CULTURE
Vigna Regina
BAR STORY
Ritorno a Kava
how to mix
LA FORZA DEL BIANCO
BOX CORNER
LONDON GIN
the gin craze



6



12



18



30



26



30



34



38



42

- 4** **L'editoriale** di Melania Guida
POCHI MA BUONI
- 6** **News DAL MONDO**
- 8** **Face to face** di Melania Guida
L'ERBORISTA ARTIGIANO
- 12** **Trend** di Fabio Bacchi
IL GUSTO PIÙ DOLCE DELL'AMARO
- 18** **Focus on** di Maurizio Romano
BENVENUTI AL MAURO'S CLUB
- 22** **Cocktail story** di Luca Di Francia
UN COCKTAIL CHIAMATO CARDINALE
- 26** **Liquid story** di Antonio Parlapiano
EGG NOG, PLEASE
- 30** **Report** di Fabio Bacchi
SI RIPARTE DAL NAZIONALE
- 34** **Wine culture** di Fulvio Piccinino
VIGNA REGINA
- 38** **Bar story** di Gianni Zottola
(ha collaborato Fabio bacchi)
RITORNO A KAVA
- 42** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli
LA FORZA DEL BIANCO
- 60** **Book corner** di Alessandro Palanca
LONDON GIN "THE GIN CRAZE"

BarTales N. 5 | GENNAIO 2014

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

ART DIRECTOR

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giovanni Ceccarelli, Luca Di Francia,
Alessandro Palanca, Antonio Parlapiano,
Fulvio Piccinino, Maurizio Romano,
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

Elaborazione grafica di Cinzia Marotta

Redazione

Via Pigna, 182 - 80128 Napoli

© COPYRIGHT

**BARTALES - Tutti i diritti sono riservati.
Nessuna parte di questa pubblicazione
può essere riprodotta. Ogni violazione
sarà perseguita a norma di legge**



DOLIN

Maison fondée en 1821

VERMOUTH
DE
CHAMBÉRY
APPELLATION D'ORIGINE



POCHI MA BUONI

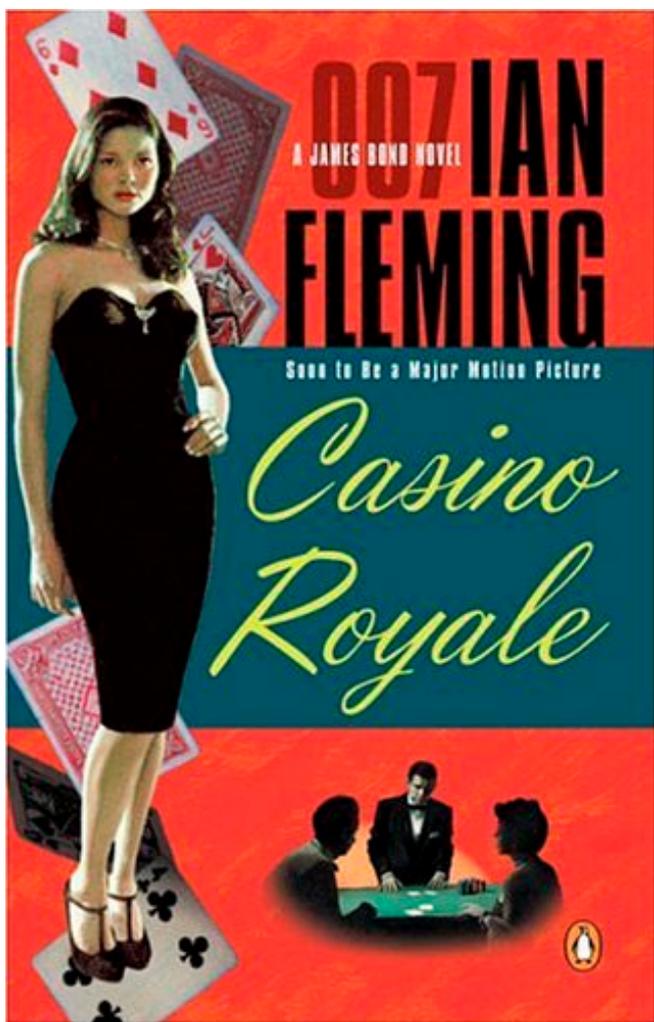
Novantadue drink a settimana in media, praticamente mezza bottiglia di vodka al giorno. Sarebbe la dose assunta da James Bond, l'agente 007 al servizio di Sua Maestà, secondo i recenti calcoli dell'autorevole "British Medical Journal".

Che ha analizzato tutti i romanzi di Ian Fleming per un risultato

stupefacente: l'agente segreto più famoso al mondo sarebbe un alcolizzato cronico. Poco credibili, dunque, risulterebbero le imprese memorabili così come la fama di amante di eterna memoria. Ce ne è da essere sorpresi. Eppure, a ben vedere, neanche più di tanto dal momento che lo scrittore inglese, morto a 56 anni per eccessi dovuti a fumo e alcol, non avrebbe potuto immaginare la sua creatura troppo diversa da lui.

Va da sé che gli anni in cui Fleming scrisse la fortunata serie ("Casinò Royale", il primo romanzo, è del 1952) erano altri tempi. Magari non si beveva più di oggi, ma certo lo si faceva in maniera diversa, sicuramente con minore consapevolezza di quanto l'alcol può nuocere alla salute. Ed è proprio sul concetto di bere responsabile che la prestigiosa rivista anglosassone vuole richiamare l'attenzione e sensibilizzare l'opinione sulle gesta di quell'eroe leggendario che in compagnia dell'inseparabile Martini "shaken, not stirred" difficilmente avrebbe potuto farne di ogni. Se a quelle famigerate imprese guardassimo ora con la nuova lente che ne lascia trasparire l'ineluttabile fallimento ci sarebbe di che sperare. Per i giovani e non solo. Nella direzione di un consumo più attento, più responsabile, a tutto vantaggio di un bere di qualità. Che è poi la filosofia

e la mission di Bartales, ci piace ricordarlo. E non potremmo che rallegrarcene. Con buona pace di Bond e di Fleming. In questo senso, non resta che augurarci: Buon Anno!





JGASCO.IT

RITORNO A CASA

Il Gruppo Caffo ha annunciato di avere ottenuto il rilascio della licenza per la ripresa della produzione dello storico liquore pugliese. È l'Elisir San Marzano Borsci che ritorna nello stabilimento di Taranto. L'azienda fu fondata nel 1840 e i Borsci, originari del Caucaso, si trasferirono in Albania per arrivare poi in Italia. Nel piccolo comune di San Marzano il liquorista Giuseppe Borsci, ispirandosi a una ricetta dei suoi antenati, elaborò la ricetta del suo elisir che veniva imbottigliato con un'etichetta gialla riportante la scritta Specialità Orientale e l'aquila bicipite. Direttore dello stabilimento sarà Egidio Borsci, rappresentante della quarta generazione.



CELEBRAZIONI CUBANE

Per celebrare i 20 anni di Havana Club International Pernod Ricard lancia Havanista Cuban Rum. Pierre Pringuet, Pernod Ricard CEO, ha rivelato che Havanista Cuban sarà il primo Rum cubano a essere distribuito negli USA dopo la fine dell'embargo. Tecnicamente si tratta dell'Havana Club 7 yo con un nome diverso.

LUSSO D'ARTISTA

Si chiama Ballon Venus e la firma Jeff Koon, uno dei più quotati artisti contemporanei, per Dom Perignon. Si tratta di un oggetto speciale che nasconde all'interno una bottiglia di Rosé Vintage 2003. Ispirata alla Venere di Willendorf, minuscola creazione paleolitica ritrovata in Austria, la Balloon Venus rappresenta la dea ammantata di superfici bombate e riflettenti. Solo su ordinazione e al costo esclusivissimo di 15 mila euro.





ALPESTRE

Il Gruppo Onesti ha acquistato il brand Alpestre a livello globale. Il nobile distillato fu elaborato in Francia da Frate Emanuele nel 1857. Prodotto di eccellenza ha tra i suoi pregi quello di essere assolutamente naturale senza zuccheri, coloranti o additivi. Il Gruppo Onesti è il nuovo depositario della ricetta e dei sapienti segreti della produzione di quello che rappresenta un vero e proprio gioiello della tradizione liquoristica italiana.



MOMENTI EPICI

Sazerac Company sta per lanciare Epic Vodka. Distillata a Cognac, in Francia, Epic sarà disponibile anche in sei aromatizzazioni. Tracey Clapp, Marketing Director, ha sottolineato che il nome è stato scelto come parola chiave per ricordare ai consumatori i momenti più belli e importanti della vita.



A TUTTO RUM

Distillato nobile e versatile, nella duplice veste di drink meditativo o esuberante per serate movimentate, il Rum non conosce crisi. Tanto da meritarsi una serata speciale e uno "Show Rum" organizzato nella Capitale. Che ha incoronato un imperdibile Caroni 1997, targa di Trinidad, 52°, distribuito da Pellegrini. 80 euro, circa a bottiglia. Meritatissimi.



L'ERBORISTA ARTIGIANO

Ricerca e sperimentazione
il segreto dell'eccellenza Quaglia

di MELANIA GUIDA



DISTILLERIE QUAGLIA
CARLO QUAGLIA IN ALCUNI MOMENTI DELLA SELEZIONE DELLE MATERIE PRIME



C'è da immaginarselo Carlo Quaglia chino sulla camomilla della Val di Susa o sulla violetta del Monferrato, intento a selezionarne i fiori migliori, raccogliarli insieme alla squadra di giovani fedelissimi per poi avviare quel processo di lavorazione che culminerà in poche, ricercate bottiglie di pregio.

Si lavora sul fresco, in tempi rapidi per una produzione contenuta che ha

fatto delle ricerche il punto di forza. Piccoli numeri e alta qualità. A difesa di un artigianato e di una cultura in via di estinzione (sono sempre meno le antiche distillerie) e con un'attenzione maniacale che dalle università del Gusto lo porta in giro per la Calabria a scegliere e a tagliare i bergamotti e i chinotti migliori, uno per uno, a individuare nel rabarbaro piuttosto che nella ciliegia la nuova tendenza dei liquori.



La ricetta è un mix di pazienza certosina, un fiuto speciale e un fare affinato sui ricettari segreti del bisnonno

Qualità è la parola d'ordine di casa Quaglia, un obbiettivo perseguito da quattro generazioni

che fanno la storia di quattro generazioni dell'antica distilleria piemontese di Castelnuovo don Bosco, in quella terra generosa tra il Monferrato e la collina torinese. Un sapere quasi esotico che fa di Carlo Quaglia, poco più di quarant'anni e pronipote del cavaliere omonimo che nel 1906 avviò i primi alambicchi, il custode schivo e riservato di una tradizione radi-

cata sull'eccellenza. E che in linea con la grande sapienza liquoristica italiana passa per la corte di Caterina de Medici fino ad arrivare alla scoperta delle Indie Occidentali quando dal Nuovo Mondo arrivarono frutti ed aromi che aggiunti ai vecchi ricettari avrebbero trasformato le antiche pozioni toccasana in bevande gustose e inebrianti.

Sempre nel rispetto invariato della genuinità e con una chiara attenzione bio «anche se non abbiamo la certificazione» puntualizza, ma che si rivela evidente nell'attenzione costante al meglio delle materie prime. «Sin dall'inizio abbiamo deciso di fare qualità, è stata la scelta di famiglia, la nostra mission – precisa con un certo orgoglio l'erborista artigiano – eliminando le essenze industriali,



ZOLLETTE
L'ACCATTIVANTE
TRASPARENZA
DEGLI
ZUCCHERINI
SPIRITOSI

le infusioni statiche e riducendo quanto più è possibile la chimica».

Produzione naturale, «ma non senza controllo», ammonisce ricordando come «non sempre il liquore fatto in casa fa bene. Perché non è detto che ciò che è naturale sia necessariamente benefico. La natura possiede spesso sostanze potenzialmente dannose. Non bisogna dimenticarlo. Prendiamo l'assenzio, per esempio, contiene tujone una sostanza neurotossica pericolosa per l'organismo. Solo una conoscenza precisa consente di eliminare rischi e pericoli».

Da ricerca e sperimentazioni continue nascono così il liquore di chinotto, il Ratafia' di ciliegie di Pecetto, il Genepi, il Barolo Chinato e la Crema Gianduia che vanno ad affiancare gli zuccherini spiritosi

(deliziose zollette imbevute di alcol e spezie) e le classiche grappe monovitigno. Si lavora su prenotazione. Ed è un continuo cercare materie prime, complici gli amici coltivatori che gli portano nuove piante, e lui a testare fiori, a seguire passo passo macerazione e distillazione.

Passione e intuito gli aghi della bussola per intercettare le tendenze future. «Stiamo lavorando a un assenzio non colorato e a un liquore di violetta fatto a partire dai fiorellini. Li raccogliamo nel Monferrato. Per un chilo di fiori (necessario per 15 litri) ci vogliono due giorni di raccolta». Anche i rabarbari potrebbero diventare un prodotto su cui puntare. Per quel gusto amaricante che è già tendenza. Quaglia docet.

Melania Guida



IL GUSTO PIÙ DOLCE DELL'AMARO

L'invenzione dell'acqua e la fortuna
del dottor Schweppe

di **FABIO BACCHI**

La tendenza a elaborare ricette dai gusti più ricercati e sofisticati per un pubblico sempre più esigente spinge l'offerta delle Tonic Water su

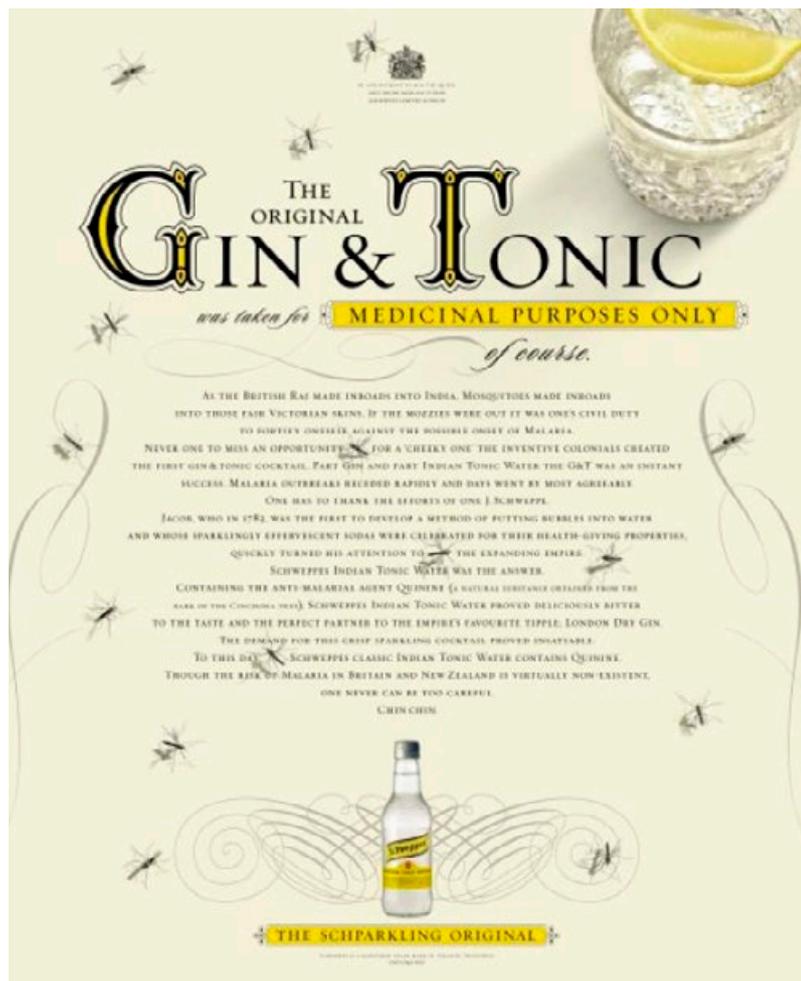
livelli di qualità mai esplorati prima. La personalità delle Tonic Water irrompe con sempre più forza nel bartending moderno. Il boom del Gin Tonic, partito dalla Spa-

gna, ha riportato alla ribalta questi sodati che subito si sono messi al passo del loro partner e, per salire sul vagone di prima classe dei Premium Gin, si sono abbigliate con vestiti eleganti e profumi sofisticati. Il treno dei Premium Gin ha ancora un lungo viaggio davanti, molti consumatori da incontrare, e in questo percorso lungo la Tonic Water gli farà buona compagnia.

La creazione della bibita è da attribuire ad un orologiaio di origine tedesca, Johann Jacob Schweppé nato nel 1740 a Witzhausen e poi trasferitosi a Ginevra dove resterà sino alla sua morte nel 1821. Il Dottor Schweppé era anche uno scienziato dilettante e nel 1783 brevettò un metodo per aggiungere l'acqua di anidride carbonica sviluppando il metodo di Joseph Priestley che per primo riuscì a scoprire come dissolvere il gas nell'acqua. In un primo momento l'acqua gassata era destinata ad un uso medicinale e il prezzo di vendita fu tenuto molto basso perché l'obiettivo di Jacob Schweppé era solo coprire i costi di produzione. Ben presto Schweppé capì che il business poteva essere molto più grande perché la bibita incontrò subito il gusto dei consumatori che lo individuavano come un prodotto di consumo altamente innovativo.

Agli inizi del 1790 Schweppé si trasferì a Londra e in Drury Lane fondò la sua prima compagnia per la produzione di acque minerali, la Schweppes Company, che nel 1831 sarebbe divenuta fornitrice ufficiale della Casa Reale inglese. Jacob Schweppé intraprese l'attività in società con un ingegnere meccanico idraulico ginevrino, Nicolas Paul, e con Henri Albert Gosse, farmacista. Dal 1836 l'etichetta della Schweppes potette fregiarsi anche del sigillo reale della Regina Vittoria.

Nel 1851 si tenne a Londra la grande



“Esposizione industriale internazionale” che presentava le migliori realizzazioni del mondo e nel palazzo che ospitava l'evento, il Crystal Palace, venne collocata una soda fountain bar che offriva la ormai nota Schweppes Malvern Water. Con questa operazione Schweppé dette il via a quella che viene riconosciuta come la prima sponsorizzazione dell'epoca moderna. Nei sei mesi di durata dell'evento la Schweppes Soda Fountain riempì più di un milione di bottiglie. La Tonic Water Schweppes divenne subito la bibita del jet set londinese che cominciò a miscelarla agli spiriti dell'epoca consumati spesso anche essi per scopi curativi.

Quando si parla di acqua tonica il riferimento è subito al tipico sapore dolce amaro che è dato dalla presenza del



chinino. Questa associazione di sapori, nata intorno alla metà del 1800, sembra fosse usata per soddisfare le esigenze delle truppe coloniali inglesi, impegnate nel continente asiatico, per combattere la malaria.

In India le truppe inglesi si erano abituate al sapore del chinino consumato sciolto in acqua gassata e mischiato con zucchero, limone e gin. In una bottiglia di Tonic Water la presenza del chinino sarebbe rilevabile esponendo la bottiglia a raggi UV che renderebbero il liquido fluorescente per reazione. I colori giallo e nero dell'etichetta sono i colori dell'animale simbolo della Schweppes, il leopardo, chiamato affabilmente Clive, che simboleggia forza, fierezza e abilità.

Schweppes è sicuramente l'ambasciatrice della Tonic Water nel mondo ma oggi la famiglia delle "toniche" si è allargata a produzioni diversificate provenienti da tutte le parti del globo. Più o meno amare, con aromatizzazioni sempre più ricercate, alcune anche diet, elemento imprescindibile di un modo di bere di classe e senza tempo, la famiglia delle Tonic Water mai come ora ha goduto di così tanta valutazione da parte del bartending. BarTales ha selezionato e testato alcune tipicità, conosciute e meno, per posizionamento di

mercato e provenienza. Alcune più difficili da reperire, tutte, sicuramente, meritevoli di essere citate.

SCHWEPES INDIAN TONIC - UK

Morbida, ben carbonata, perfettamente bilanciata nel contrasto dolce amaro, una delle migliori in accoppiata al gin.



È il tipo di Tonic Water che rende indispensabile l'uso di limone o lime come suo condimento ideale. La versione migliore è quella inglese che utilizza meno zucchero e di canna (molte Tonic Water utilizzano corn syrup). In questo caso è più pulita, secca, leggermente più acida di altre con una nota amara che si prolunga

nel finale. È talmente versatile che sembra andare bene con quasi tutti i Gin. Schweppes è la storia della Tonic Water e top player globale.

Q TONIC - USA

All'assaggio tende a risaltare velocemente amara con un tasso di dolcezza veramente basso. È dolcificata con agave. È comples-

sa, robusta e sicuramente dona una nota bitter molto caratterizzante alle ricette nelle quali viene utilizzata. Il suo utilizzo in un G&T tenderà a evidenziare in assoluto il carattere dello spirit le cui note più deboli o delicate verranno però abbattute dalla forte nota bitter. Lascia un palato pulito e subito pronto a un nuovo assaggio.



piuttosto che quelli con note di ginepro molto sostenute. Tuttavia, lo diciamo solo in questo caso, provata con Sipsmith Gin ha lasciato tutto il panel di degustatori senza parole e mettendo tutti d'accordo. Creata specificatamente per i bartender.

FENTIMAN'S - UK

La prima impressione è assolutamente erbacea con il lemongrass e lo zenzero che risaltano a tal punto da sembrare quasi dominare la nota amaricante. Non è dolce nella norma in quanto la sua nota zuccherina di canna è sottilmente acuta. È molto frizzante, nota questa che caratterizzerà il G&T. Il suo prezzo è uno tra i più elevati del settore. Non rende al massimo con il lime, preferibile il limone.



LURISIA - ITALIA

Eccellenza italiana prodotta aromatizzando una acqua straordinaria che sgorga dalla fonte di Santa Barbara a Roccaforte in Piemonte, con un estratto di chinotti del Presidio Slow Food di Savona. La particolare aromatizzazione la rende un prodotto unico, più dry rispetto alle sue consorelle e con una personalità particolarissima. La carbonatura è delicata, bilanciata nel complesso e ben sposabile con Gin stile london dry.



1724 - ARGENTINA

Presenta una nota citrica che ricorda arancia e mandarino, floreale. Ha un buon equilibrio tra acidità e dolcezza ed una nota frizzante molto elegante e delicata. È meno amara della norma (il chinino sudamericano lo è meno rispetto a quello asiatico) e predilige Gin eleganti, meglio quelli più agrumati



INDI TONIC - SPAGNA

Probabilmente il botanical più particolare nel modo delle Tonic Water. Al naso presenta subito la nota citrica donata dalle bucce di arance seville che si bilancia con la nota balsamica del cardamomo e il fresco profumo di un estratto di fiori di kewra indiani. Il sapore è leggermente speziato per la presenza del kalinji e piacevolmente amaro. Complessa e assolutamente ben equilibrata per un prodotto che si fa ricordare senza difficoltà per la sua tipicità.



J. GASCO - ITALIA

La storia dietro questo brand è simile a un racconto salgariano. La società proprietaria del brand è nata di recente ma ha saputo subito intercettare con il suo prodotto le esigenze dei bartender. J. Gasco Tonic è un prodotto versatile con una nota citrica appena accennata e un buon equilibrio tra dolce e amaro. Il gusto di questa Tonic è particolarmente fresco con una nota di zenzero e l'equilibrio complessivo la rendono versatile in abbinamento ai vari tipi di Gin. La carbonatura è abbastanza sostenuta.



ORIGINAL - SPAGNA

Questa è una tonica con una visione innovativa del prodotto e tipicamente di estrazione spagnola dove anche altri brand seguono il concetto di toniche aromatizzate e leggermente colorate. Original, infatti, si presenta in cinque versioni, quattro delle quali con diversa aromatizzazione. La versione classic ha un aroma veramente soft. Al gusto ha una nota dolce di entrata, arancia e limone subito distinguibili. Ha un gusto ampio che spazia dal piccante all'amaro, dal dolce al citrico con precisi stadi di percezione. Ha una carbonatura molto sottile ma sufficientemente persistente.



GENTS - SVIZZERA

Genziana svizzera dello Jura e limoni siciliani sono gli attori principali di questa Tonic Water alpina. Lo spettro aromatico è molto ampio e l'acqua di eccezionale qua-

lità ha una carbonatura molto vivace. Particolarmente reattiva con Gin agrumati ha una nota zuccherina più bassa rispetto allo standard e un'ottima acidità.



PETER SPANTON - UK

Diverse numerazioni per identificare le componenti di una famiglia di Tonic Water con differenti aromatizzazioni che vanno dalle classiche spezie alla menta, sino alle bacche di acai. La N1 London Tonic è una classica ricetta nella quale spicca l'essenza delle bucce di arance amare. La nota amara è sostenuta ma molto ben bilanciata dal limone. Nota: è dolcificata con sucralosio che è un dolcificante artificiale, conosciuto anche come spelta, e che rende questa tonica a bassissimo contenuto di calorie. Tra le più costose.



THOMAS HENRY - GERMANIA

Ottima effervescenza per questa tonica che ha un aroma delicatamente floreale. Al palato è molto delicata sia nella nota citrica che in quella amara. Esiste una varietà aromatizzata al sambuco. Il produttore dichiara che è il risultato di una ricetta con origini antichissime risalenti a un farmacista di Manchester che la mise a punto nel 1773.



Fabio Bacchi



ALESSI
The Useful Art

www.alessi.com

follow us on



Divisione Horeca tel 0323/868768

Mauro's
NEGRONI Club

MNC



BENVENUTI AL MAURO'S CLUB

Nel quartiere francese della capitale bavarese
l'elegante ospitalità di Mahjoub

di MAURIZIO ROMANO

Monaco, ad appena 50 km dalle Alpi, è la terza città della Germania dopo Berlino e Amburgo. Questo vitale centro dell'economia più importante d'Europa conferma i clichè che l'immaginario collettivo gli ha attribuito. Quando si pensa a Monaco si immaginano le accoglienti birrerie, l'Oktoberfest, i volti rubicondi e gioiosi dei bavaresi, magnifiche costruzioni e centri di interesse che raccontano di un passato glorioso.

Monaco si può definire "l'altra" capi-

tale della Germania, quella dove la modernità non ha spazzato via la tradizione. L'Oktoberfest, la più antica festa della birra al mondo, simboleggia una abitudine del passato diventata ambasciatrice della modernità. I maestosi palazzi in arte gotica hanno cementato nella città una bellezza senza tempo, i musei e le bellezze artistiche di ogni tempo hanno reso il passato e il presente un unico e armonioso contesto.

Monaco è una città giovane, con un'altissima qualità della vita, derivante da



SUGGERIMENTI

RAFFINATA
ATMOSFERA
DECÒ COME
IN UN SET
CINEMATOGRAFICO

una agiata condizione economica, con molte possibilità di divertimento eppure meno trasgressiva di altre città tedesche. L'impronta italiana nell'enogastronomia è palpabile negli innumerevoli bar e ristoranti ispirati e calati nel tessuto sociale, economico e culturale della città.

È in questa realtà che, da Ancona, arrivò nel 1998 Mauro Mahjoub, italo libanese, di professione bartender. Mauro, con una carriera splendidamente attiva in molteplici forme (BA Campari, ricercatore, bartender, consulente) è fondatore proprietario del Mauro's Negroni Club, del quale è ovviamente manager e perfetto padrone di casa. Il MNC aprì i battenti nel 2009 in una strada laterale di "Haidhausen" il così detto quartiere francese di Monaco e da subito entrò nel gotha dei migliori locali cittadini.

Entrare al MNC significa fare un salto indietro nel tempo. Gli ambienti classica-

mente Art Decò sarebbero l'ambiente ideale per dei remake cinematografici in stile "Good Fellas" o di hemingwayana memoria. Le luci morbide e ricercate impreziosiscono e dinamizzano gli spazi riempiti da struggenti note musicali di live jazz band che accompagnano il bar. Il MNC è diviso in due aree, una delle quali dedicata a private party, può ospitare sino a 70 persone e la sua clientela è assolutamente eterogenea per età e status sociale. La drink list del MNC affonda praticamente in tutte le espressioni della mixology; dai Martini ai Negroni, dai vintage drinks ai classici contemporanei, dai cuisine style drink ai caraibici.

Il signature drink del bar è il Negroni, del quale Mauro è un vero cultore insieme ai grandi classici italiani, senza dimenticare il Mint Juleps per il quale Mauro si è prodigato in una ricerca storica che si è tradotta in un professional book di succes-



so. A tal proposito è doveroso citare che Mauro possiede una delle più complete collezioni di bartending professional book originali al mondo e ai quali si accosta una medesima, per importanza, collezione di shaker. Il nome del bar simboleggia la filosofia di drink ai quali Mauro si ispira. Una food list internazionale con italian touch è a disposizione di coloro che accompagnano i drink con snack e proposte food. La bottigliera è composta da circa 400 referenze provenienti da tutto il mondo.

Nella sua versatilità il MNC ha un fitto calendario di eventi tematici che vanno dalle degustazioni dedicate e guidate a letture, esibizioni artistiche, vernissage e mostre d'autore. Ma in tutto questo l'anima del locale si concretizza in una essenzialità che sta alla base del concept: la qualità del bere che ha fatto di questo club uno dei luoghi culto del genere a Monaco. Meta di personaggi del jet set bavarese il

MNC è anche tappa di tantissimi colleghi bartender che non mancano l'occasione di incontrare Mauro quando non è in giro per il mondo.

Maurizio Romano

LA RICETTA

A.B.C. FRAPPÉ

INGREDIENTI

- 4 cl dry gin
- 2 cl Cointreau
- ½ cl Assenzio
- 2 cl succo di lime
- 4/5 foglie di basilico
- 1 cl zucchero liquido

PROCEDIMENTO

muddle, shake e double strain in coppa Asti. Decorare con foglia di basilico e ribes nero.



UN COCKTAIL CHIAMATO CARDINALE

L'Excelsior, Monsignor Schulz e una Roma tutta da bere

di **LUCA DI FRANCIA**

Disegnato nel 1904 da Emilio Vogt e Otto Maraini, all'angolo tra Via Veneto e Via Boncompagni e punto di riferimento della mondanità mondiale, il 17 gennaio del 1906 aprì le porte l'Hotel Excelsior di Roma e alla sua guida arrivò Alphonse Pfyffer. Nello stesso anno in America il presidente Roosevelt fu

il primo americano insignito del Nobel per la pace, mentre a Venezia si istituiva uno dei maggiori gruppi mondiali dell'hotellerie di lusso: la CIGA con a capo il conte Luigi Volpi e il conte Vittorio Cini che rilevarono proprio l'Excelsior tra i loro più prestigiosi hotel. Nel 1937 aprivano a Roma gli studi di Cinecittà e l'Italia del dopoguerra aveva una gran voglia di ricominciare a vivere, lasciandosi alle spalle anni di guerra.

*Negli anni '50
i bar cambiarono
radicalmente
volto. L'Hotel
Excelsior divenne
il fulcro della
cocktail culture*



Gli anni '50 furono il primo momento di benessere per l'Italia, con la Vespa e la Lambretta divenute icone di un'epoca piena di ottimismo. I bar di Via Veneto divennero luogo d'incontro e di vetrina per le celebrità del tempo e velocemente cambiarono look. In Italia si passò da una politica di autarchia come quella degli anni '40 con il divieto di utilizzare termini stranieri, ad una politica di apertura proiettata verso il futuro. I bar si americanizzarono, cambiando radicalmente volto. È importante ricordare che sino alla fine degli an-



SCATTI MEMORABILI
LA MITICA ANNA
MAGNANI E, SOTTO,
LO SFARZO LUSSUOSO
DELL'EXCELSIOR



ni '40 in Italia, nei bar, si consumavano l'espresso, l'anice, i cordiali e il brandy allora conosciuto come "Arzente dei frati" perché prodotto dai frati di Montecchio e fino al 1948 non si conosceva ancora il whisky che arrivò con gli americani. In poco tempo i cocktail divennero una delle consumazioni più innovative, facendo la differenza tra un bar e l'altro e la padronanza della lingua inglese iniziò ad essere una necessità per i barman.

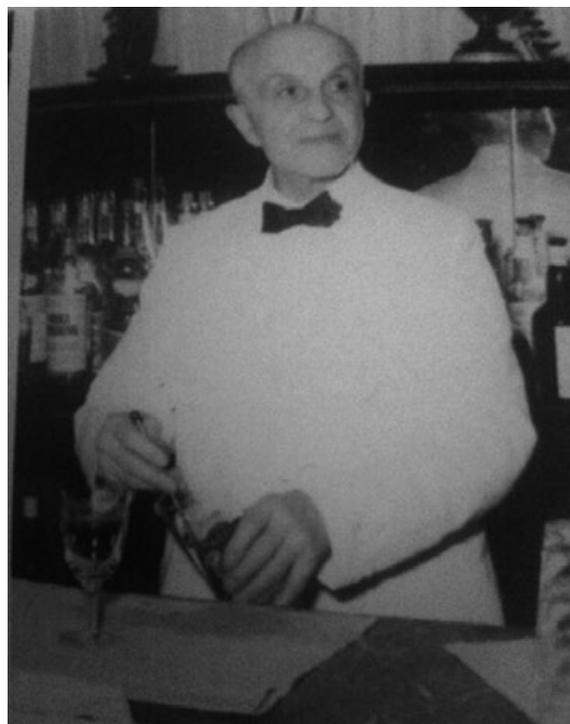
L'Hotel Excelsior e Via Veneto divennero rapidamente il centro nevralgico della cocktail culture di quegli anni con barman leggendari come Valentino Clementi, Victor Tombolino, Alfredo De Meis del Bar Rosati e Carlo Castelletti, alias Charlie, dell'Hotel Ambasciatori. L'Excelsior era il luogo di ritrovo dell'alta borghesia romana, del jet set internazionale e dei tanti paparazzi in cerca di scoop. Uno per tutti Barellari che

come nessun altro seppe immortalare le immagini di quell'Italia tanto invidiata.

Negli anni '50, figura di spicco del bartending romano a capo del bar dell'Hotel Excelsior, c'era Raimondo, genovese, che in quegli anni approdò nella capitale insieme al suo secondo, Sacco. Nella hall dell'Excelsior vi erano due maggiordomi che assistevano i clienti e si accertavano che non fossero disturbati da occhi indiscreti, mentre Raimondo, figura emblematica e dotata di grande stile e garbo, pensò di istituire nella persona di Nino Casamassima una nuova figura di chef de bar nella hall. Il barman Nino Casamassima con un carrellino, preparava i cocktail ai tavoli della hall davanti ai clienti.

Il bar dell'Excelsior, già luogo di incontro della nobiltà romana era frequentato anche da prelati di rango tra cui un noto religioso tedesco, il Cardinale Shultz, esti-

ICONA
IL CELEBRE
BANCONI DI
QUELLO CHE OGGI
È L'ORUM BAR.
A DESTRA UNA
FOTO STORICA
DI RAIMONDO



matore del Riesling della Mosella. Il Cardinale solitamente si faceva preparare un aperitivo del tutto inusuale: in un bicchiere da vino con qualche cubetto di ghiaccio faceva versare del Gin, Bitter Campari, vino Riesling della Mosella e, per dare un tocco di speziatura al drink, faceva aggiungere due chiodi di garofano, cannella e buccia di limone. Un giorno Raimondo suggerì al Cardinale di modificare la ricetta del suo aperitivo. Shultz accettò e Raimondo gli preparò una versione modificata e del tutto inedita dell'ormai famoso Negroni; il barman sostituì il Vermouth rosso con il dry

e lasciò solo la buccia di limone.

Come tutte le cose che rimarranno indelebili nella storia, il Cardinale nacque quasi per caso, in un contesto come quello degli anni '50 a Roma dove tutto era circondato da glamour e divismo. In poco tempo questo cocktail si diffuse oltre le soffuse e lussuose atmosfere del salotto del bar dell'hotel Excelsior per essere riproposto in tutti i bar di Via Veneto sino a diventare famoso anche oltreoceano. Fino a diventare il drink simbolo della "dolce vita" nel mondo. In molti sostengono che probabilmente il nome del cocktail derivi non solo dal Cardinale che per primo lo consumò, ma anche dal colore rosso del cocktail. La prima pubblicazione di questo drink risale ad un ricettario degli anni '50 che riporta la seguente formula:

- 3/6 dry Gin
- 2/6 di Vermouth dry
- 1/6 di Bitter Campari

Preparato nel mixing glass con lemon peel.

Oggi all'Orum Bar dell'Hotel Excelsior viene proposta una riedizione del Cardinale che è un twist che si ispira alle origini della ricetta.

Luca Di Francia

LA RICETTA

CARDINAL SPRITZ:

INGREDIENTI

- gocce di Gin,
 - 6/10 Riesling ,
 - 2 gocce di Cointreau
 - 1/10 Bitter Campari.
 - 3/10 di soda
 - con speziatura di chiodi di garofano, buccia d'arancio
- build - bicchiere a vino



Prova l'acqua tonica al sapore alpino.

Fresca come un prato
alpino Svizzero. Al sapore della
Genziana Maggiore e del limone
siciliano: Gents Swiss Roots Tonic
Water – per aperitivi nostalgici e
Gin Tonic avanguardisti.





EGG NOG, PLEASE

Caldo o freddo è il principe delle feste

di ANTONIO PARLAPIANO

Nel periodo delle feste, con rigidi inverni freddi, neve e camini ardenti, la giornata tipica del Bon Vivant dovrebbe sempre iniziare, e terminare, con il confortante calore e la rinvigorente energia di un Egg Nog. Parola di Jerry Thomas, maestro nel modellare le tradizioni con le esigenze del gentleman di fine Ottocento.

Ed è proprio da queste considerazioni che parte questa disquisizione, a propo-

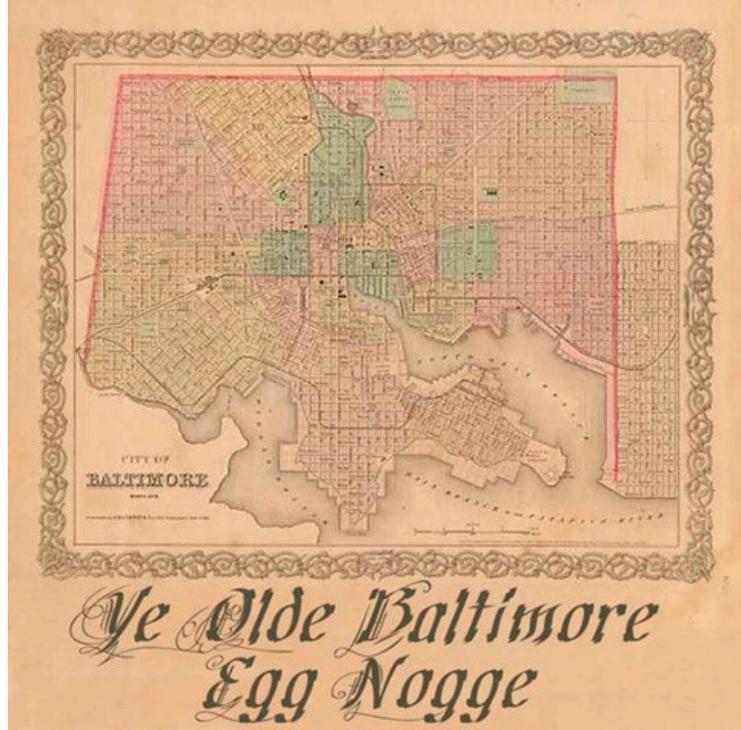
sito di un drink che affonda le sue origini nelle tradizioni europee del XVII e XVIII secolo. Non a caso nell'Inghilterra di questo periodo, con le sue Tavern e i suoi Inn, si bevevano Purl e Possets. Si trattava di Ale inglesi, non luppolate, miscelate con uova, latte, zucchero e spezie, in genere noce moscata. Nel caso in cui si fossero utilizzati vini in luogo delle birre, questi drink assumevano l'appellativo Royal. Purl Royal era quindi composto da vino, uova,



spezie e talvolta burro. I Posset seguivano la stessa regola ma con l'aggiunta di latte o crema di latte.

Nel periodo di Jerry Thomas, seconda metà del 1800, questa tipologia di drink a base di uova iniziò a perdere il favore generale della clientela, al pari del Punch, anche se entrambi conservarono il ruolo di protagonisti in particolari occasioni come feste e ricorrenze. In realtà erano molti i drink in voga che usavano uova o parte di esse: i Fizz, i Flip e, su tutti, il Tom & Jerry. Tra i primi, Silver Fizz con bianco d'uovo, Golden Fizz con il rosso e Royal Fizz con l'uovo intero sono esempi di Timeless Classic. La complessità dei Flip rende questa categoria tanto semplice quanto soddisfacente: Dark Rum, vini fortificati, zucchero, uova e noce moscata sono una sinfonia avvolgente ed energizzante. Il Tom & Jerry infine, la libagione che trascinò questi drink ben oltre l'inizio del ventesimo secolo, trainato a sua volta dall'aura del Professore Jerry Thomas, a lungo considerato il padre della ricetta.

L'Egg Nog nasce in questo contesto e con una connotazione ben precisa: è il drink per eccellenza nei giorni di Natale e del primo dell'anno durante i quali negli Stati Uniti, di allora e di oggi, è considerato obbligatorio. Nella fantastica pubblicazione di David Wondrich, "Imbibe", troviamo molti documenti e aneddoti storici sull'usanza in questione e lo stesso Jerry Thomas, nel suo libro del 1862, ne parla come di un drink di origine americana che ha raggiunto una popolarità internazionale. La sua



diffusione generò le più disparate varianti, legate alle produzioni tipiche locali soprattutto europee.

Sempre "Imbibe" ci viene in soccorso quando si tratta di tracciare la prima testimonianza scritta della ricetta, si tratta di un articolo sul Pittsburg Gazette, nel 1801, in cui si descrive la reazione violenta del giudice Brackenridge della Contea di Washington contro un povero malcapitato Innkeeper per aver servito un Egg Nog con poco Whiskey...

Sebbene i distillati più comunemente utilizzati nella ricetta fossero Brandy e Rum, vi sono diverse versioni con altri distillati e vini fortificati. Il classico Egg Nog si prepara con sciroppo di zucchero, un

LA RICETTA

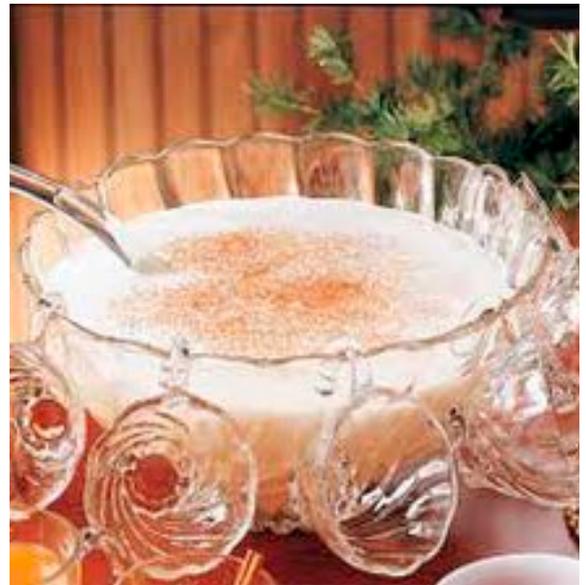
BALTIMORE EGG NOGG (per 7 persone)

INGREDIENTI

- 8 tuorli d'uovo
- 6 cucchiaini di zucchero
- 1/3 di noce moscata grattugiata
- 30 cl di Brandy o Jamaica Rum (ottimo anche un mix dei due spirit in misura 2 a 1 nell'ordine)
- 12 cl di Madeira (il tipo Bual è consigliato)

PROCEDIMENTO

In una bowl sbattere e amalgamare le uova con lo zucchero e la noce moscata. Aggiungere gli ingredienti liquidi. Montare a neve gli albumi delle uova utilizzate e mescolarli al composto continuando a sbattere. Terminare aggiungendo e amalgamando 1,7 lt di latte. Non c'è bisogno di riscaldare. Servire in mug di vetro o tazze di porcellana e accompagnare con biscotti speziati.



infine, il Tom & Jerry, spesso associato al nome di Jerry Thomas. Secondo Wondrich il drink non fu affatto creato dal Professor e a questa supposizione associa alcune evidenze provenienti da pubblicazioni e articoli di quotidiani antecedenti la nascita del celebre bartender. Thomas stesso, nell'intervista lasciata al giornalista Alan Dale nel 1880, racconta l'aneddoto in cui avrebbe creato il drink. Probabilmente in un momento di decadenza, Thomas volle risollevarsi accreditandosi la paternità della ricetta.

Per quanto riguarda la preparazione degli Egg Nog è necessario sbattere i bianchi e i rossi delle uova separatamente e creare un batter con la miscela di distillati e vini fortificati desiderati, zucchero e spezie. A questo punto, se si vuole prepararlo caldo, bisogna innanzitutto preriscaldare un mug in vetro o una tazza di porcellana da the, versare 100 ml del batter precedentemente preparato e colmare con latte intero bollente. Si serve con noce moscata grattugiata e un Ginger Cookie a lato. La versione fredda va shakerata con ghiaccio tritato e filtrata all'interno di un Goblet. Anche in questo caso va grattugiata della noce moscata sulla superficie.

Buone Feste!

Antonio Parlapiano

LA RICETTA

PONCE ALLA PARIGINA

Nel suo testo "La scienza in cucina e l'arte di mangiar bene" del 1891, Pellegrino Artusi cita questa ricetta enunciandola come "un ponce corroborante che può venire opportuno, tra un pasto e l'altro, se vi sentiste mancare lo stomaco".

PROCEDIMENTO

In una tazza da 20 cl ca sbattere un rosso d'uovo con due cucchiaini di zucchero. Aggiungere 2 o 3 cucchiaini di Brandy, Rum o altro liquore a piacere. Mescolare e aggiungere acqua bollente, lentamente, e frullando in continuazione sino a ottenere una corona di spuma.

Fabio Bacchi

uovo, Cognac, Santa Cruz Rum, latte e noce moscata e può essere preparato caldo o freddo. Nel caso dello Sherry Egg Nog si sostituiscono i distillati con il vino e si utilizza unicamente il rosso dell'uovo.

Tra i più famosi Egg Nog, troviamo il Baltimore Egg Nog, con Brandy e/o Jamaica Rum, Madeira, zucchero, latte, uova e noce moscata. Non possiamo non menzionare,



“Già il preferito tra gli intenditori Londinesi”

WALLPAPER

“Ogni aspetto nella creazione dei loro distillati brillanti deriva da un meticoloso e passionato lavoro di ricerca”

ESQUIRE

“Lanciare una distilleria di gin a Londra non è effettivamente una idea nuova, soltanto che nessuno l’ha fatto negli ultimi 200 anni”

MONOCLE



INTRODUCENDO IL PLURI-PREMIATO GIN DALLA PRIMA DISTILLERIA LONDINESE CHE DISTILLA IN RAME IN 200 ANNI

Di tanto in tanto nasce qualcosa di veramente speciale. Nel caso attuale ora, ed all’epoca molto tempo fa. Sono passati quasi 200 anni dall’ultimo pot still in rame operativo a Londra, che tre giovani signori di Sipsmith ordinavano nel 2009 il loro, chiamato “Prudence”; l’avanguardia nella rinascita dei distillati ‘small batch’ e della distillazione d’autore artistico.

Il London Dry Gin di Sipsmith è uno dei pochi gin al mondo, non fatto di concentrato. Al contrario, usando il metodo tradizionale del ‘one shot’, il gin e’ fatto a mano con solo pochi centinaia di bottiglie alla volta, così regalando un perfetto equilibrio con intensità vera e di gran carattere.



Per maggiori informazioni: info@spiritsofindependence.it
www.sipsmith.com



SIPSMITH
independent spirits

SI RIPARTE DAL NAZIONALE

di FABIO BACCHI

Una location che conserva la memoria di un passato prezioso e che si è rifatta il look per un appuntamento annunciato, le luci di una grande festa, i brand tornati a testimoniare la loro presenza nella beverage gallery, educational formativi, cocktail contest che si succedevano al ritmo scandito dal tintinnare del ghiaccio negli shaker di 120 bartender sono i protagonisti di un evento che per AIBES significa una riconciliazione con se stessa e un nuovo punto di partenza.

Nella maestosa cornice del Grand Hotel Billia di Saint Vincent, che storicamente coniugherà la sua riapertura con un pezzo della storia di AIBES, si è svolto dal 10 al 12 dicembre scorso il 64° Concorso Nazionale che era atteso come un momento di verifica dopo troppo tempo speso a immaginare un domani incerto





*Il concorso è stato l'occasione
per un confronto orientato
a un rinnovamento qualitativo
del bartending italiano
per la ricerca di un'identità
che sembra trovare maggiori
consensi all'estero che a casa*



e senza una direttrice che indicasse la strada maestra.

AIBES rappresenta una parte del bartending italiano, è componente di un mondo che dovrebbe essere più attento e coeso nel fare sistema per affrontare temi e problematiche legate alla professione e al suo rapporto con un mercato, anch'esso incerto, a colori chiaro scuri e che tende sempre più a fare una selezione della qualità. Un confronto che porti a un rinnovamento strutturale in termini di forma e qualità del bartending italiano alla ricerca di una identità che sembra trovare radicalizzazione più all'estero che entro le mura di casa.

Anche in questa occasione, seguendo una linea iniziata già da un anno, l'Associazione si è aperta a suggerimenti e consigli da coloro che sono altresì protagonisti del momento attuale. È stato



varato un nuovo regolamento di concorso che ha reso tutto più snello e che sicuramente sarà oggetto di ulteriore miglioramento, ha offerto dei momenti formativi di diversa natura ma con una corsia preferenziale verso aspetti attuali della professione, ha coinvolto un panel di giudici esterni ma comunque molto vicini ad AIBES e al bartending globale, ha suscitato l'interesse di nuovi brand che, pur in un momento difficile, hanno voluto essere presenti.

Sono segnali che possono sembrare banali ma che invece sono indicativi di un cambio di direzione teso a mettere in archivio la politica "dell'homemade associativo" circoscritto a sezioni, soci e sostenitori istituzionali. In questo senso il Consiglio uscente ha lavorato bene e nei tempi dovuti.

L'atmosfera dell'evento era quella di sempre, con i soci che si scambiavano impressioni e riscontri sulla stagione appena finita, con concorrenti che mostravano disinvoltura nascondendo le speranze di vittoria raccolte nei bagagli prima della partenza.

L'organizzazione e l'ospitalità che il Grand Hotel Billia ha dimostrato in una fase di start up aziendale è stata veramente all'altezza del blasone alberghiero di cui questa struttura si fregia. Tutto impeccabile tra il check in e il check out: qualità dei servizi e della cucina, camere dotate dei migliori standard qualitativi, staff sempre attento e disponibile. Il General Manager, Signor ha sicuramente fatto un grande lavoro e questo ha indubbiamente contribuito a rendere questo evento assolutamente indimenticabile per tutti i convenuti.

Ritrovarsi a Saint Vincent, per AIBES, ha un sapore speciale, più che in qual-





**LA
STRUTTURA**
L'IMPONENTE
FACCIATA
DEL GRAND
HOTEL BILLIA

siasi altra località. Competere a Saint Vincent, per i soci, significa rivivere momenti che più di altri fanno parte di una memoria storica sulla quale rinnovare un progetto che è il principio fondante dello statuto associativo.

AIBES deve puntare tutto sulla cultura del bartending italiano per renderlo attuale e competitivo, con studio, ricerca, formazione e informazione, chiamando a raccolta tutti coloro che necessitano al perseguimento di questo obiettivo. In questo c'è bisogno di tempo, risorse, energie e spirito associativo, che deve ritrovarsi ogni giorno e non solo in occasione del Concorso Nazionale che deve essere vissuto come un momento di condivisione di valori piuttosto che di un concorso di cocktail.

Alla fine di una lunga giornata di concorsi il vincitore è stato Antonino Scirè,

dalla Sicilia, che rappresenterà l'Italia all'International Cocktail Competition organizzata da IBA per il 2014 a CapeTown in Sud Africa.

Alla riuscita di questo evento hanno contribuito in tanti e citarli tutti sarebbe improprio ma, non sarebbe stata la stessa cosa senza l'interessamento di Stefano Talice e l'attenzione di tutti i sostenitori che hanno reso possibile il tutto.

Si cala il sipario sul 2013 AIBES e, probabilmente, il momento più indelebile di questo Concorso Nazionale, sarà il caloroso, sentito, lunghissimo applauso rivolto ai soci della Sezione Sardegna in occasione della cena di gala. Il simbolismo serve a tenere insieme le persone, a creare condivisione di ideali e principi. Mai come in questo momento.

Fabio Bacchi



VIGNA REGINA

Nel regno del Freisa, antenato del più nobile Nebbiolo per un brindisi doc

DI FULVIO PICCININO

Il recente recupero ampelografico della Vigna di Villa della Regina, piccolo, significativo appezzamento vitato, di 0.73 ettari, fa entrare Torino nella ristretta élite di cui fanno solo parte Vienna e Parigi. Capitali dai nomi e dal passato prestigioso che possono vantare una produzione di vino con vigne all'interno della propria area comunale, di fatto la vecchia cinta daziale in uso fino alla fine del 1800.

Questa curiosa ed esclusiva caratteristica da ulteriore lustro e motivo di visita a questa città che per lunghi anni è stata a torto sottovalutata sotto l'aspet-

to architettonico e culturale, che risulta invece essere cospicuo e variegato, in virtù del passato regale che ha lasciato una importante eredità di costruzioni e musei unici al mondo. Il recupero artistico e culturale della capitale sabauda a lungo considerata alla stregua di una grigia città dormitorio di operai Fiat, vide un sostanziale rilancio prima e durante le Olimpiadi invernali del 2006.

Villa della Regina è l'ultimo, fantastico pezzo di un mosaico che finalmente si compone, uno degli ultimi monumenti di Torino a tornare al suo antico splendore, a completare lo "skyline" delle colline che

VIGNA DELLA REGINA

All'intervento di reimpianto attuato nel 2006-2007 è seguito l'affidamento della conduzione e gestione del vigneto da parte della Direzione Regionale per i Beni Culturali e Paesaggistici del Piemonte. L'Azienda Agricola Francesco Balbiano di Andezeno (TO), conosciuta nel settore e primaria per la produzione di vino Freisa in ambito piemontese.



Il vigneto gode di una splendida cornice naturale che fa da quinta alla chiesa della Gran Madre di Dio ed a Piazza Vittorio Veneto (Torino)

FRANCO E LUCA BALBIANO



VILLA DELLA REGINA.

ENTRA

IL VIGNETO.

ENTRA



COME ACQUISTARE IL VINO DI "VIGNA DELLA REGINA"

Clicca qui per avere tutte le informazioni

< [Informazioni sul vino](#)

< [Video](#)



BALBIANO

Azienda Vitivinicola Balbiano Melchiorre s.n.c.
Corso Vittorio Emanuele 1—10020 Andezeno (TO)

© 2011. All rights reserved.

circondano Torino e che hanno nella Basilica di Superga e il Monte dei Cappuccini i due vertici ideali. Questo straordinario edificio di rilevante importanza paesaggistica, storica ed artistica, fu costruito su progetto tradizionalmente attribuito ad Ascanio Vittozzi, sulla collina che domina Piazza Vittorio, per volere del principe cardinale Maurizio di Savoia, figura chiave nei rapporti politici di corte. Per il suo disegno ci si ispirò alle ville romane, completato da giardini all'italiana e da un Teatro d'Acque. La Villa conserva ancora intatto l'impianto originale, che voleva le proprietà collinari completate anche da parti boschive ed agricole che qui sono rappresentate da una "Vigna" che anticamente si estendeva per quasi un ettaro e mezzo, sul fronte soleggiato della proprietà, a fianco del naturale anfiteatro collinare che circonda ancora l'edificio principale.

Il recupero dei giardini e della Vigna, dopo un lungo periodo di degrado che in

pratica aveva cancellato la proprietà dal panorama collinare torinese, ha nuovamente valorizzato l'immagine della viticoltura, complemento fondamentale della scenografia della collina.

Come previsto fin dalla costruzione della Villa e come ci attestano i registri catastali, le colline che circondano Torino erano un unico vigneto in grado di produrre vini eccellenti che finivano sulle tavole della nobiltà locale. Il successo di altri vitigni tradizionali e delle Doc del Basso Piemonte offuscarono il lustro ed il prestigio di queste colline, così come la rivoluzione industriale che sottrasse forza lavoro a queste aree che circondavano Torino. La vigna divenne bosco ed i contadini, operai del Lingotto.

Il progetto di reimpianto del vigneto iniziato nel 2000 e terminato nel 2007, fu inizialmente ai soli fini didattici ad uso e consumo dell'Università locale che effettuò interessanti vinificazioni sperimentali. Il reimpianto fu seguito, fin dal principio,



SKYLINE
VEDUTA
PANORAMICA
DI TORINO E
DELLA MOLE
ANTONELLIANA

dalle Cantine Balbiano di Andezeno riconosciute da tutti come gli alfieri del Freisa, da sempre difensori di questo vitigno tipicamente torinese, dalle ottime potenzialità, spesso colpevolmente dimenticate da altri produttori.

L'azienda nasce agli inizi del 900, come commerciante ed elevatore di vini, per diventare cantina con vigne di proprietà nel 1941, attività che prosegue ad oggi con crescente successo. Alla Villa sono state impiantate ben 2.700 barbatelle di Freisa, un vitigno considerato rustico, tannico e dalla buona acidità completato da altre varietà locali che rischiavano di scomparire dalla collina torinese come il Cari e la Neretta. Recenti studi dimostrano come il Freisa sia il progenitore del più

nobile e quotato Nebbiolo, dai tannini vellutati ed acidità ben dosata, il quale dona alla viticoltura piemontese alcuni dei vini più importanti del panorama mondiale.

Il vitigno torinese, citato per la prima volta dal Nuvolone nel 1799, è da sempre il vitigno simbolo di questa area collinare, che vede nella Doc "Chieri" la sua massima espressione. Si dice che il Freisa fosse fra i vini preferiti di Vittorio Emanuele II, il quale poco amava i pranzi ufficiali e preferiva abbandonarsi ai piaceri della rustica tavola piemontese a base di Bagna Cauda e Uova Ripiene, preparate dalla sua amante, la Bela Rosin. Il carattere del Freisa infatti bene accompagna molti piatti della cucina piemontese, di solito piuttosto grassa e saporita. La vinificazione tradizionale infatti spesso vedeva un residuo di carbonica per aumentare le capacità di pulizia di bocca, mentre anticamente si era soliti lasciare anche un residuo zuccherino per equilibrare la buona acidità.

La vigna è in grado di produrre 5.000 bottiglie contro le appena 600 mezze del cugino francese, che però si fregia di una confraternita e di svariate manifestazioni esclusive a supporto della vendita delle preziose ampole. Cosa che attualmente manca alla realtà italiana, che pur ogni anno realizza un'asta di beneficenza per finanziare il restauro della Villa ed opere benefiche per la città. Proprio quest'anno ci sarà l'importante gemellaggio fra le due realtà enologiche con grandi festeggiamenti al seguito, nella speranza che anche noi si inizi a dare importanze alle nostre eccellenze di casa che il mondo ci invidia.

È il caso di dire nuovamente Buon Natale a tutti e brindate italiano.

Fulvio Piccinino

Gosling's Rums

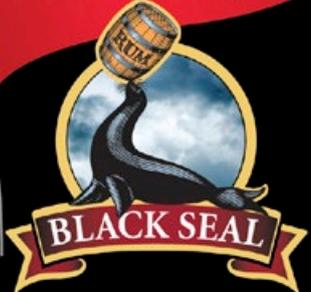
BERMUDA SINCE 1806

IMPORTATO E DISTRIBUITO DA

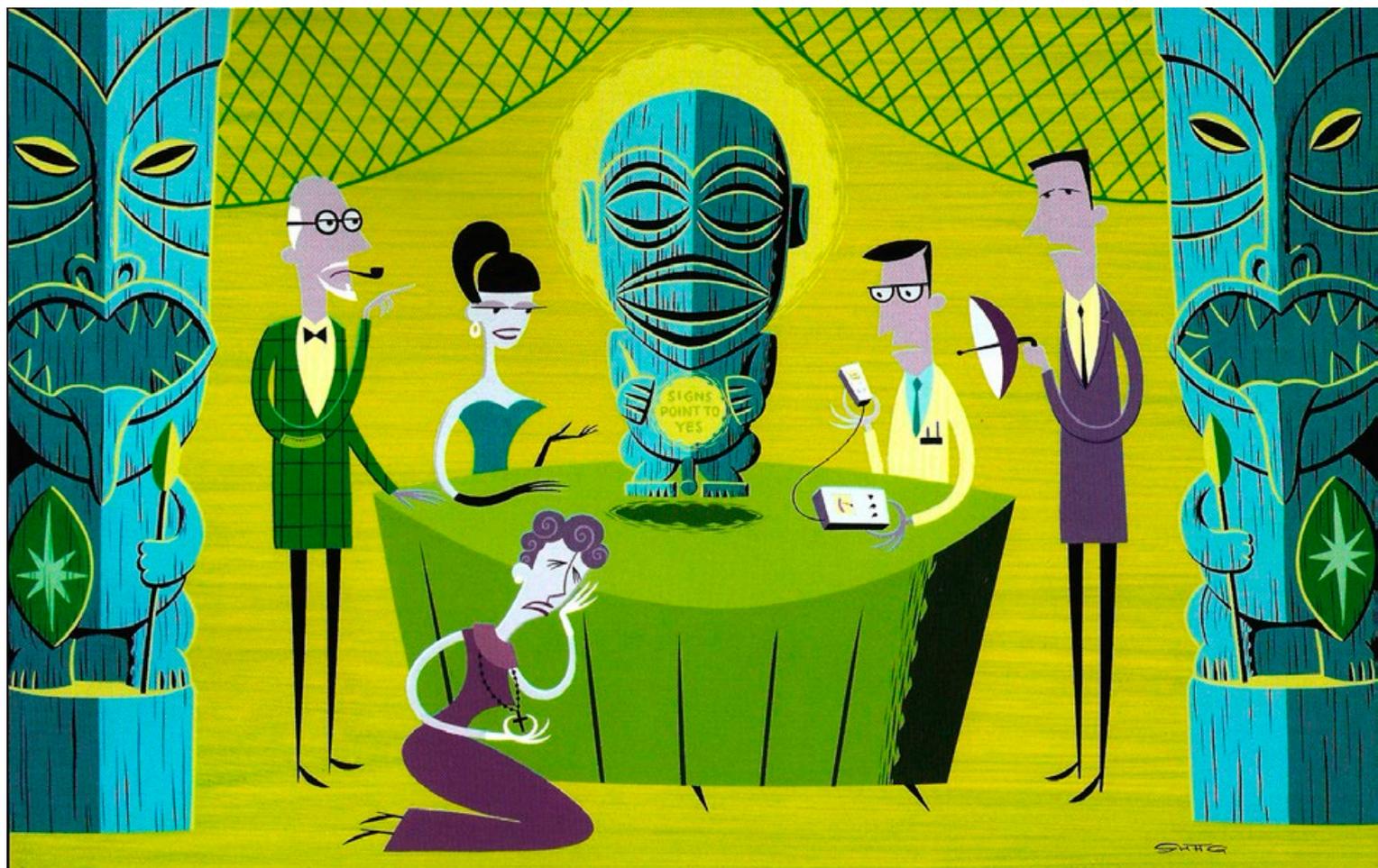
PALLINI



Gosling's DARK 'n STORMY®



We Just Made It
Much Easier
To Make
Bermuda's
National Drink



RITORNO A KAVA

Tiki e il fascino potente e misterioso di una civiltà millenaria

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

Nessuno sa il motivo per cui circa 2500 anni fa, dal sud est asiatico, strane e mitiche vele montate su imbarcazioni a doppio scafo si mossero verso la direzione della nascita del sole. Che fosse dovuto a una fuga riparatrice e protettiva da catastrofi naturali,

guerre, persecuzioni, o per motivi religiosi, intrepidi uomini navigarono oltre le coste e oltre l'oceano, approdando con famiglie, provviste e animali, nelle calde isole dei Mari del Sud.

Combattimenti, nuovi villaggi, piantagioni, religioni, da isola ad isola. Melanesia,

Polinesia, Micronesia, alcuni si fermarono, altri seguirono il mare, forse pensando di raggiungere I “HAWAIIKI” (terra mitica e pura paragonabile al paradiso), alcuni arrivarono nelle vulcaniche e lontane isole Marchesi.

È qui che nasce il Tiki: la personificazione di spiriti rappresentati su potenti incisioni umanoidi di pietra o di legno. Usati per sostenere i riti mortuari o di cannibalismo, la pesca, l’agricoltura o magiche guarigioni e spirituali garanzie di fertilità, i Tiki e l’arte oceanica non sono semplici raffigurazioni artistiche ma concetti escatologici e tentativi di spiegare l’esistenza stessa. Queste popolazioni si evolsero con precise differenze, e per secoli, attraverso i loro manufatti mistici, conservarono le tradizioni tramandandole come fosse un segreto, quasi confidenziale, almeno fino alla metà del 1500 quando i primi esploratori spagnoli, alla ricerca della mitica e ricca Ophir, scoprirono per caso questi paradisi equatoriali. Agli spagnoli seguirono, portoghesi, inglesi, francesi e russi, fino al 1850, quando la maggior parte delle isole oceaniche era ormai presente in tutte mappe.

Già dall’inizio delle prime esplorazioni si delinearono le tracce di una triste storia: il fragile ecosistema venne messo subito a dura prova da malattie, insetti, animali e vegetali introdotti nelle isole dai nuovi conquistatori così da rendere la colonizzazione soggetto responsabile di sfruttamento e soppressione delle tradizioni native e della cultura autoctona. I mari della Polinesia erano teatro di cruenta e leggendarie battaglie: dalle caravelle perdute alla vicenda del “Bounty” fino all’evento più significativo dell’approdo della nave “Duff” a Tahiti sul finire del 1700. La “Duff” era di proprietà di un gruppo di missionari protestanti e a



bordo viaggiavano membri della “London Missionary Society” che diedero inizio alla conversione forzata di tutti i nativi.

Le nuove terre divennero teatro di una serie di atti violenti che portarono alla distruzione di grandissima parte delle millenarie e simboliche culture oceaniche ritenute simboli del paganesimo. Punto strategico di battaglie durante la seconda guerra mondiale, le vicissitudini e la mitica pace paradisiaca dell’Oceania sembrò essere definitivamente perduta fino al 1975, quando la Francia smise di testare sulle isole più ad est gli effetti devastatrici delle bombe ad idrogeno.

Nel 1933 il Tiki assume una nuova forma rappresentativa quando, con la

*Il Tiki nasce come
rappresentazione
degli spiriti
attraverso
incisioni
antropomorfe
su pietra e legno*



miscelazione e la ristorazione di Don Beach, inizia una moderna Tiki Culture, più popolare e consumistica, meno meditativa e spirituale. La nuova Tiki Culture si espande e si evolve attraverso i suoi imitatori: Trader Vic's in primis, Bali Hai, Kahiki, Tiki Bob, Kon-Tiki Pago Pago, Mainlander, Hawaiian Village, Islander, Kona Kay, Disneyland, Kelbo's, Hawaii Kai, Mai Kai, Zombie Village, Luau che favorirono la nascita di nuovi modelli di consumo

con bar, alberghi e ristoranti a tema Tiki.

Le missioni di conquista lasciarono spazio a missioni di ricerca storico/scientifiche. Una su tutte quella di Thor Heyerdahl che a bordo della zattera Kon-Tiki iniziò una traversata marina cercando di spiegare le origini storiche delle popolazioni oceaniche. Le considerazioni e vicissitudini di Thor e del suo Kon-Tiki furono portate alla conoscenza del mondo intero dal successo dell'omonimo libro. L'idea primitiva di Hawaii diventò "Bali Hai", fantastica terra di pace e felicità ispirata all'isola vulcanica di Ambae, raccontata nel libro premio Pulitzer "Tales of the South Pacific" di James A. Michener. Tutto questo contribuì a far conoscere la storia di queste misteriose isole in un'enfasi retorica che spesso nascondeva una realtà diversa.

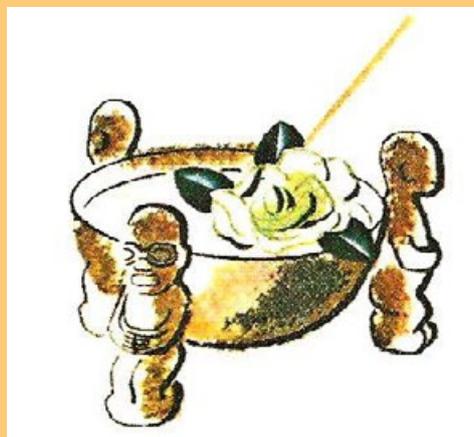
LA RICETTA

KAVA BOWL* (TRADER VIC, 1940)

ricetta adattata da Jeff Berry nel testo "Intoxica"

INGREDIENTI

- 12 cl succo di limone fresco
- 6 cl succo di ananas fresco
- 3 cl granatina
- 3 cl orzata
- 3 cl rum Barbancourt
- 17,5 rum portoricano (o cubano)
- 53 cl ghiaccio tritato



Questo è uno degli esempi più lampanti di come il drink non abbia niente in comune con la tradizione primitiva da cui però vengono richiamati i rituali associativi e comunicativi attraverso la figura del punch e nella bowl di servizio.

**La Kava, nella sua qualità di miglior pregio, Waka, è un'antichissima pianta dalle proprietà psicoattive dovute dal principio attivo della kavalattina che si trova nelle radici. Veniva utilizzata dai nativi della Melanesia e diffusa in tutte le isole polinesiane. Ha proprietà calmanti, antidepressive, rilassanti che tendono a stimolare la felicità. È a conoscenza degli europei solo dalla fine del '700 dopo la scoperta da parte capitano Cook e veniva da secoli bevuta dai nativi infusa con acqua. Accompagnava tutte le celebrazioni spirituali, sempre presente nei momenti sociali e ricreativi era anche utilizzata come segno di buoni presagi e simbolo di ospitalità. La preparazione avveniva in un'enorme e simbolico recipiente di legno dal quale tutti i partecipanti attingevano con le loro piccole ciotole. Il ruolo culturale della Kava, era così radicato in Oceania che poteva essere visto come il più forte collegamento tra tutte le popolazioni del Pacifico nonostante le chilometriche distanze. Oggi la Kava è stata influenzata dall'uso e l'abuso dell'alcol introdotto dagli europei.*



**ANTICHE
CARTE**
GEOGRAFIA
FIGURATA
DELL'UNIVERSO
TIKI

Ma è proprio nei locali tematici prima citati che nel dopoguerra rivisse il ricordo artistico di queste popolazioni dimenticate. Nonostante le antiche popolazioni native delle isole del Sud non fossero a conoscenza di alcuna bevanda alcolica, da loro sono stati ripresi gli ideali associativi e le immagini dei rituali spirituali che, rivivendo in un modo del tutto diverso, ampliavano le fantasie di artisti, designer, sperimentatori della miscelazione, della cucina, dell'arte figurativa e della musica.

E così il Kava, antica erba medicinale masticata o bevuta con acqua durante i rituali sociali per unire i partecipanti e rafforzare le identità sociali, diventò il Kava Bowl, famoso drink al rum di Trader Vic's. E poi vulcani, Missionary's Downfall, Sumatra Kula, drinks dai nomi Hawaiiiani, Moai, ombrellini, camicie, collane e Tiki Mugs.

Anche la Tiki Culture, dopo Donn e Trader Vic, subì un'evoluzione e tutto venne artefatto anelando al ricordo di una civiltà perduta, ora romanzata e spesso sfruttata, per un puro fine commerciale durato 50

anni e destinato a rimanere nella storia. Inizialmente, con l'invenzione e lo sviluppo di un nuovo concetto di miscelazione, la rincorsa al perfezionamento del drink più buono era diventata una vera e propria sfida tra gli stessi barman, cosa che con il crescere della popolarità del Tiki è andata presto scemando a favore di una presentazione prettamente scenica e superiore al contenuto del drink stesso. La perdita di qualità venne accentuata da miscelazioni improbabili.

E allora, qual è il legame tra il Tiki e la Tiki Culture? Paradossalmente non c'è, ma se oggi tutto non è stato perduto e il fascino e il mistero di questa civiltà ancora vive, è probabilmente anche merito della Cultura Tiki che, per quanto abbia stravolto il concetto primordiale, ha interessato e appassionato la ricerca e lo studio di una storia millenaria che ancora oggi rivive nel ricordo degli stessi spiriti che dominavano le vite di un remoto passato.

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



LA FORZA DEL BIANCO

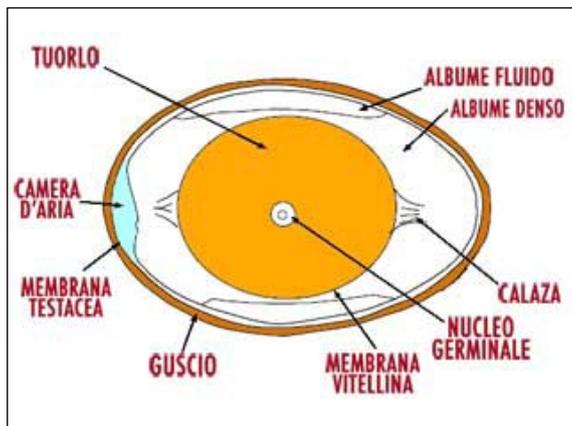
Più struttura ai drink
con l'albume montato

di **GIOVANNI CECCARELLI**

L'albume d'uovo ha sempre avuto un ruolo di estrema importanza nella preparazione dei drink perché conferisce una texture morbida e vellutata e maschera sentori sgradevoli di distillati che, soprattutto in passato, potevano non essere perfetti.

Oggigiorno lo si utilizza per rendere il drink più cremoso ma non è così immediato, semplice e sicuro, ottenere questo risultato.

L'albume è composto per la stragrande maggioranza da acqua e proteine che sono le uniche responsabili dell'effetto



spumoso che si ottiene quando lo si shakerà. L'ovoalbumina è responsabile della montatura, mentre lisozina e ovomucina della stabilità della schiuma, e si trovano principalmente in quella parte dell'albume denominato intermedio o denso, mentre sono meno presenti nella parte di albume denominato esterno o fluido. Sali minerali, grassi e vitamine non hanno un ruolo di primaria importanza per i nostri scopi. Sottoponendo l'albume a sollecitazione meccanica (per esempio shakerando vigorosamente) inizia ad inglobare aria e si denaturano le proteine che, cambiando forma, intrappolano l'aria in una fitta rete di bolle impedendole di uscire.

Questo meccanismo, che è alla base della formazione della schiuma, è influenzato da una serie di fattori (tipo di uova, temperatura, altri ingredienti presenti). Le uova devono essere extra fresche (entro nove giorni dalla deposizione) e devono essere utilizzate entro breve per vari motivi: l'ovoalbumina si trasforma in s-ovoalbumina che rende la schiuma meno stabile, inoltre l'albume intermedio tende a trasformarsi in albume esterno (meno ricco di proteine) ed infine il tuorlo potrebbe contaminare l'albume facendo calare drasticamente le proprietà schiumogene e conferire al drink finale sapore di uovo, in questo caso non gradito. Devono

essere sempre lavate esternamente ma solo immediatamente prima dell'utilizzo. Infatti lavandole, oltre lo sporco, si rimuove anche uno strato protettivo chiamato cuticola che ha la funzione di barriera; eliminando questa barriera l'uovo deperisce rapidamente.

Le uova migliori sono quelle da allevamento estensivo e biologico (riconoscibili perché la sigla stampata su di esse inizia per zero). L'albume d'uovo pastorizzato, estremamente sicuro a livello igienico, ha tuttavia una capacità schiumogena inferiore e potrebbe essere necessario utilizzarne leggermente di più per ottenere lo stesso risultato di quello fresco. Ogni albume, prima di essere utilizzato, deve essere conciato aggiungendo due o tre gocce di acqua di fiori d'arancio e un centilitro di acqua minerale; si rimuove così buona parte dell'odore di uovo e si rende più fluido e facilmente utilizzabile il composto che può essere conservato all'interno di uno squeezer, in frigorifero.

Nella preparazione di un qualunque

L'albume conferisce ai drink una texture morbida e vellutata e maschera sentori sgradevoli



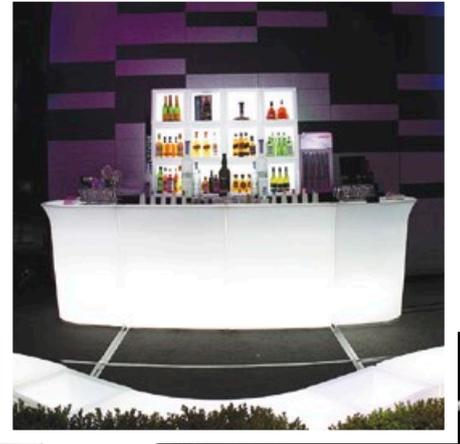
drink contenente albume, dopo aver versato tutti gli ingredienti nello shaker, è fondamentale shakerare vigorosamente senza ghiaccio (dry shake). Questa operazione permette di inglobare aria e di formare una schiuma più compatta perché a bassa temperatura l'albume non monta in maniera efficace.

È importante shakerare l'albume con gli altri ingredienti; infatti il succo degli agrumi (nei sour per esempio) o l'alcool stesso favoriscono la denaturazione delle proteine. Lo zucchero invece rallenta la formazione della schiuma; tuttavia questo problema riguarda principalmente il mondo della cucina, nel nostro caso non

produce rallentamenti sensibili.

Dopo la dry shake si aggiunge ghiaccio e si procede shakerando normalmente per diluire e raffreddare il drink; il filtraggio nel bicchiere di servizio deve essere tempestivo per impedire alla schiuma di restare attaccata al ghiaccio. Come ultimo step è necessario un twist di agrume sulla superficie del drink per eliminare ogni traccia residua di odore di uovo. Al posto degli oli essenziali di agrume è possibile utilizzare qualche goccia di un bitter, come Angostura, che avrà anche una funzione decorativa pur avendo un'efficacia inferiore in termini di odore rimosso.

Giovanni Ceccarelli




SLIDOE®
INSIDE • OUTSIDE • DESIGN

WWW.SLIDEDSIGN.IT

QUELLA CERTA MANIA DEL GIN

London Gin “The Gin Craze”

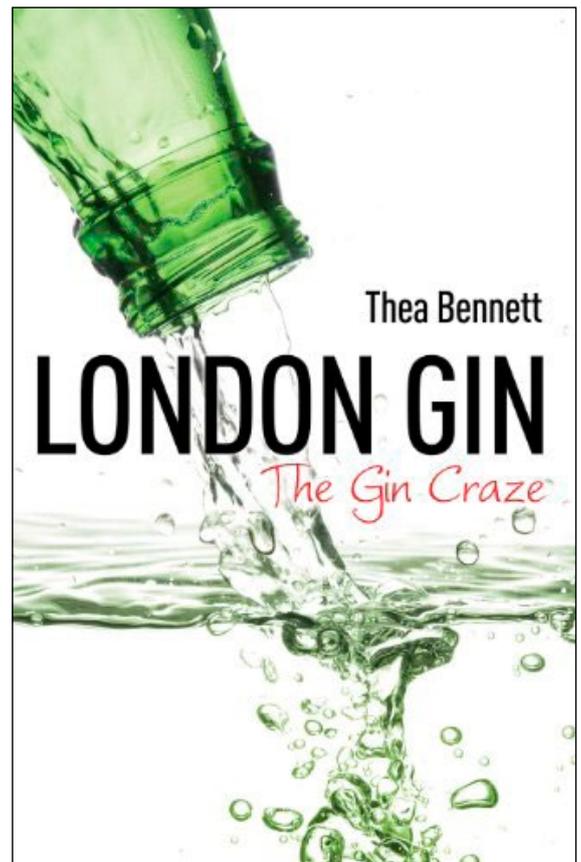
Thea Bennet

Golden Guides Press Ltd (17,99 GBP)

Lo Gin è l'ultimo dei grandi spirits che si è riaffermato sul mercato con una nuova veste. Ricette sempre più ricercate e sofisticate nella composizione del botanical, rielaborazione di antiche formule, packaging dall'appeal seducente, storie da raccontare di uomini e cose buone.

È una storia lunga quella del Gin, affascinante, per certi versi drammatica che merita di essere conosciuta dai professional e dal consumatore. Questo interessantissimo libro vi accompagnerà in un viaggio intrigante alla scoperta di un prodotto che si chiama London Gin e che paradossalmente può essere fatto in tutto il mondo e con materie prime provenienti da ogni dove. Tuttavia Londra è la culla ideale scelta da molte nuove piccole distillerie che hanno riportato alla ribalta lo spirit della rivoluzione industriale. Il perché lo scoprirete solo leggendo.

London Gin non parla solo dello stile del prodotto, ma esplora profondamente anche i significati e le ripercussioni sociali che un periodo, non a caso chiamato Gin Craze, ha avuto su una parte della società dell'epoca. Thea Bennet, inglese,



è attrice TV e sceneggiatrice, una appassionata di questo prodotto che durante la realizzazione di questo lavoro ha pensato di creare una sua ricetta di Sloe Gin. Thea ha utilizzato una biografia breve ma di eccelsa qualità informativa e si è avvalsa dei pareri di molti esperti del settore.

La lettura cattura il lettore in modo diretto con un senso molto sintetico ma completo delle informazioni. Peccato per la mancanza di foto a colori: i fiori in bianco non sono proprio il massimo.

Alessandro Palanca

ALESSI

CAMPARI

FiveSenses[®]
by MAI DRINK

LURISIA
PREMIUM BEVERAGES

**DIAGEO
ITALIA**

1492 COLONIALE
GROUP

Simply Squeeze
**COCO
REAL**

**Finest
CALL**
Premium Cocktail Mixes

NONINO
Distillatori in Friuli dal 1897

J.GASCO
LEGENDARY ITALIAN VINTAGE DRINKS

DISARONNO[®]

FABBRI
1905

SPEZIALBIER-
BRAUEREI
FORST
BIRRA-BIÈRE-BEER-BIER

ghiaccio[®]
express.com
...il servizio del pronto ghiaccio

Santal

MIXER[®]

MARTINI

La Paziale
espresso coffee machines

WENNEKER
ANNO 1693
PRODUCE OF HOLLAND
Liqueur

Pernod Ricard Italia

Red Bull[®]

RCR
CRISTALLERIA
ITALIANA

SLIDE[®]

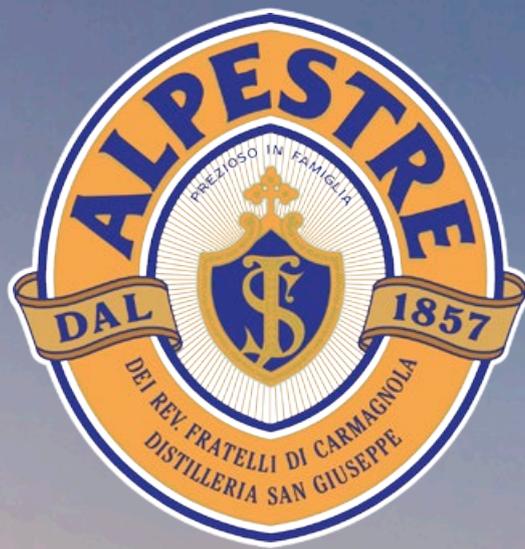
GARNET
Europe

parmalat

PIAZZA

SIRMAN[®]

ZF



Dal 1857
Il puro distillato d'erbe



Distribuito da:
OnestiGroup S.p.A.
www.onestigroup.com

www.alpestre.com

