

# BarTales

A photograph of a bar interior. The bar counter is dark and runs along the right side of the frame. Behind the counter, there are three shelves filled with various bottles of liquor, illuminated by warm yellow light. In the foreground, there are several high-top stools with metal frames and circular seats. The ceiling is made of wood and has several ornate, multi-tiered chandeliers hanging from it. The overall atmosphere is warm and sophisticated.

N. 2 | OTTOBRE 2013

*Buenos Aires*  
**BENVENUTI  
DA LEOPOLDO**

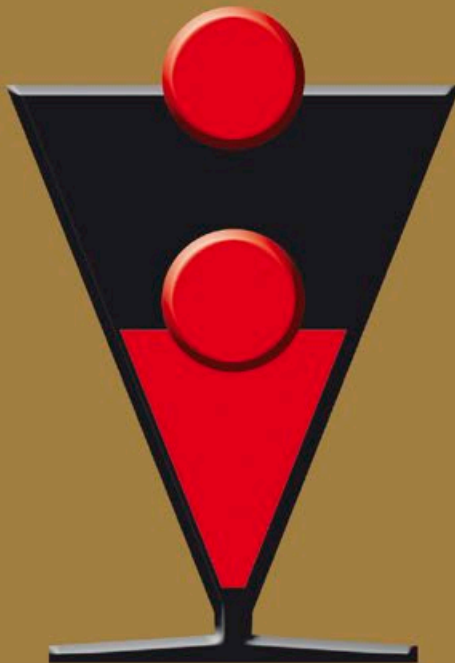
*Trend*  
**IL SUCCESSO  
DEL LIQUORE  
DI SAMBUCO**

**ROBERTO PELLEGRINI**

**«SALVIAMO  
IL SOLDATO BARMAN»**



# GREEN SPIRITS



ORIGINE

piazza della libertà 21 - cengio - italy

100% bio



ORIGINE®  
GREEN SPIRITS

J. Rossi



- 5** L'editoriale di Melania Guida  
SIAMO ONESTI
- 7** Il saluto dei presidenti  
MANOVRE IN CORSO
- 8** News DAL MONDO
- 10** Face to face di Melania Guida  
SALVIAMO IL SOLDATO BARMAN
- 12** Trend di Fabio Bacchi  
PROFUMO DI FRESCO
- 18** Focus on di Carlos Caio  
BENVENUTI DA LEOPOLDO
- 22** Cocktail story di Antonio Parlapiano  
MINT AMBASSADOR
- 26** Liquid story di Luca Pizzetti  
FORMIDABILE ZENZERO
- 32** Bar story di Leonardo Leuci  
VITA E AVVENTURE DEL BARTENDER  
JERRY THOMAS/3 - FINE
- 36** Hot spirit di Fulvio Piccinino  
SUA MAESTÀ VINACCIA/2 - FINE
- 40** How to mix di Giovanni Ceccarelli  
SCIROPPI. NON SOLO DOLCEZZA
- 44** Ritual drink di Davide Cobelli  
CHICCHI PREZIOSI
- 54** Book corner di Melania Guida  
LA SOTTILE LINEA ROSSA

ERRATA CORRIGE: nel numero di agosto-settembre, a proposito della ricetta del Singapore Sling (pagina 33) è stato erroneamente scritto succo d'arancia invece che succo d'ananas. Ce ne scusiamo con i lettori.

DIRETTORE RESPONSABILE

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

**Fabio Bacchi**

(fabiobacchi@bartales.it)

ART DIRECTOR

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Carlos Caio, Giovanni Ceccarelli,  
Davide Cobelli, Leonardo Leuci,  
Antonio Parlapiano, Fulvio Piccinino,  
Luca Pizzetti**

EDIZIONE WEB A CURA DI

**Dinamica Digitale srl**

(info@dinamicadigitale.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

Foto di copertina

Bar & Restaurant Leopoldo di Buenos Aires

© COPYRIGHT

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

Nessuna parte di questa pubblicazione  
può essere riprodotta. Ogni violazione  
sarà perseguita a norma di legge

# SIAMO ONESTI

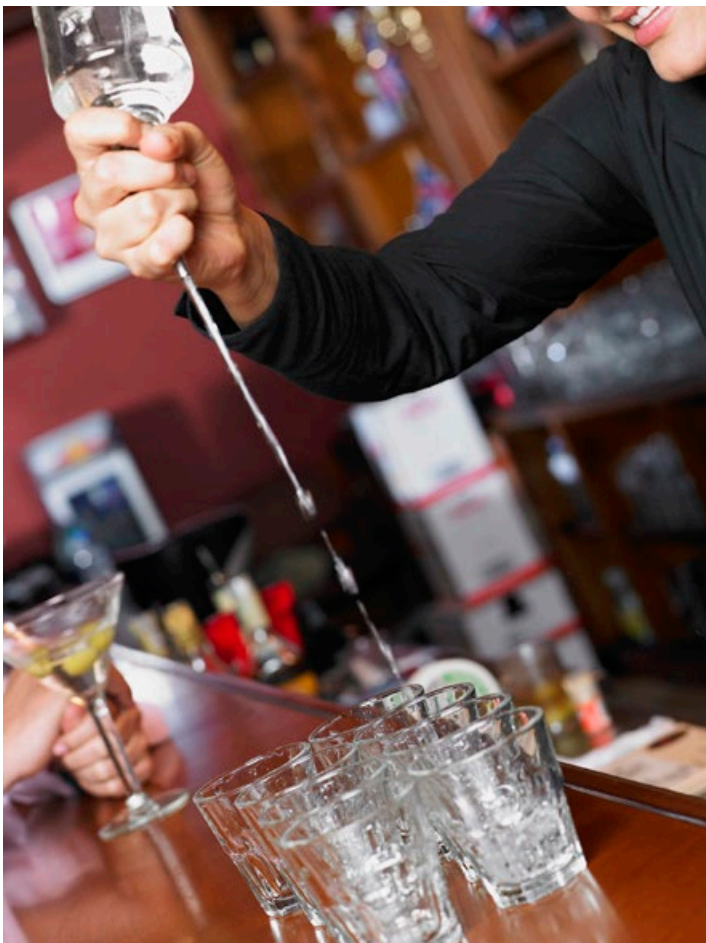
**P**untuale, ineluttabile “c’est la rentrée”. Ufficialmente è autunno. Archivate pause, vacanze e divagazioni estive, ci ricollochiamo, non senza qualche mestizia (ma le vacanze non sono sempre troppo corte?) nella rituale tabella di marcia. Scrivania, computer, file. Sequenza inesorabile. Complice qualche residua nostalgia, in uno dei cadenzati momenti di pausa, getto lo sguardo su una magnifica spiaggia bianca e un mare di velluto turchese. È la foto di un’insenatura di Praslin, Seychelles. Ogni commento è superfluo.

In quell’angolo di paradiso, tre anni fa, in cima a un piccolo promontorio roccioso, un sessantenne originario del luogo che tutti chiamano don Alwin

ha aperto il “bar degli onesti”. Un paio di tavolini, un ombrellone e un frigo. Null’altro. Nessun cameriere, nessuna cassa. Sali sulla terrazza, aprì il portello del frigorifero, prendi quello che vuoi e lasci in una scatola di plastica il corrispettivo che ritieni adeguato. Così, sulla fiducia.

La notizia è che l’“Honesty bar” va alla grande. Un vero affare per don Alwin che non deve lavorare e dato che ben pochi se ne approfittano, assicura, quasi tutti i clienti lasciano anche più del dovuto. È il caso di dire che l’onestà paga e più spesso di quanto si pensi. Onestà e fiducia: binomio vincente, dunque. Anche e soprattutto per i barman di talento. Pensiamo a Roberto Pellegrini e al suo appello “Salvate il barman d’albergo” (*a pag 10*). Una carriera, dal “Daniele” al “Gritti”, cementata sul reticolo sottile di una fiducia cristallina, assoluta, che tesse con il cliente una relazione davvero speciale, alimentata da stima ed empatia. In fondo bere bene, al pari del mangiar bene, presuppongono quella disposizione all’affido che travalica il gesto in sé fino a coinvolgere un dimensione socio-psichica più ampia e complessa. Quella che legittima

potere e autorevolezza di chi ci ristora. È bene tenerlo a mente. Senza approfittarne. Pellegrini docet.

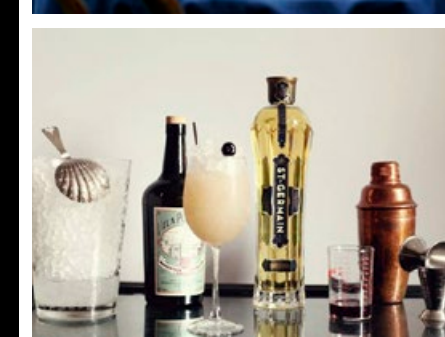
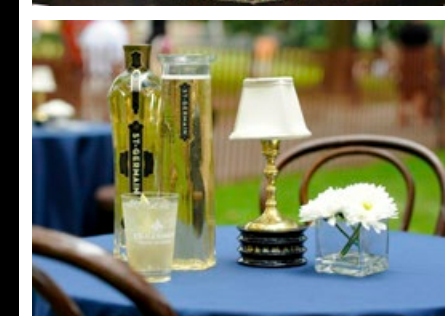
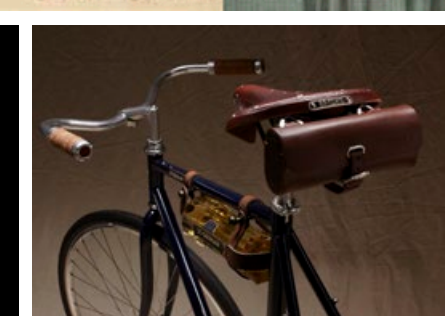
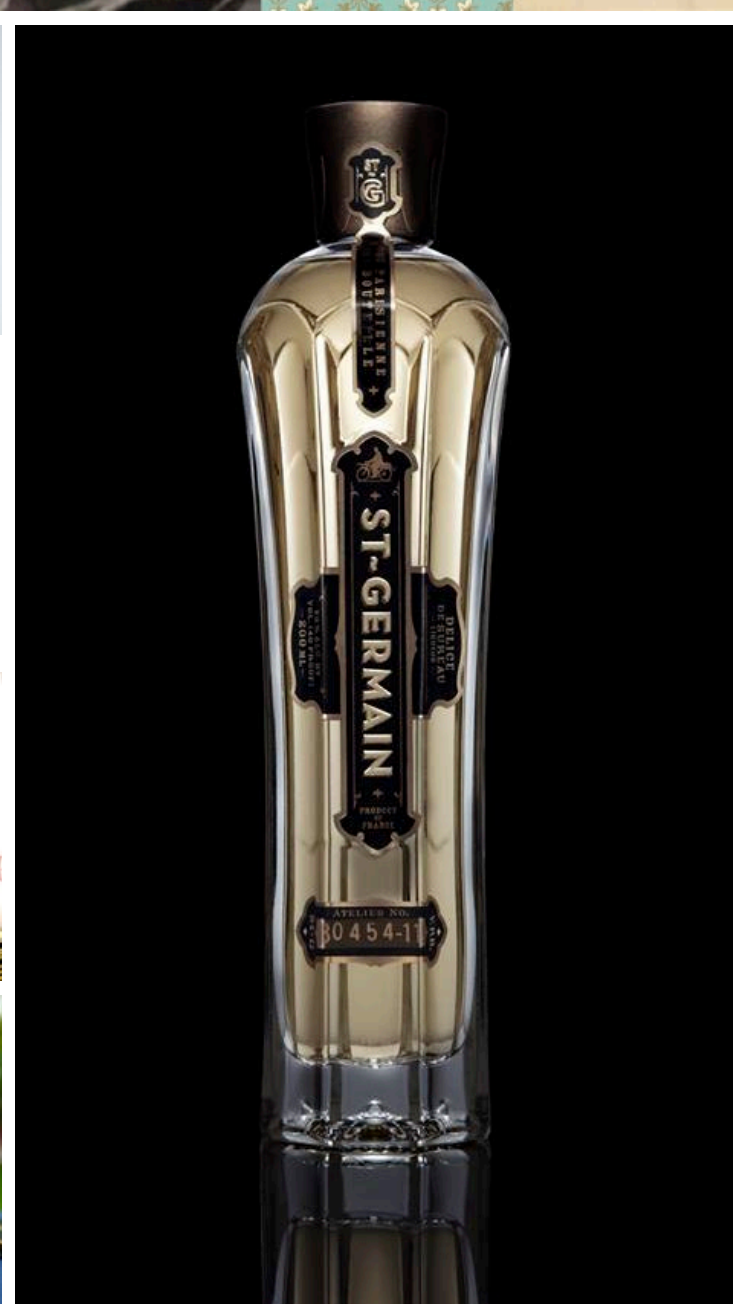




SUREAU



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





# MANOVRE IN CORSO

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

**C**on l'avvicinarsi dell'autunno ci si avvia verso il bilancio delle attività di fine anno che si completerà con la grande kermesse del Congresso Nazionale. In quella occasione ci sarà la finale nazionale della Cocktail Competition 2013 che designerà il rappresentante italiano all'IBA WCC 2014 che si terrà a Cape Town in Sudafrica. Parlando di IBA WCC non si può non ricordare Tommaso Colonna che quest'anno ha brillantemente rappresentato AIBES a Praga piazzandosi a ridosso del podio della sua categoria. Alla finale nazionale i concorrenti selezionati saranno quelli vincitori dai Concorsi Regionali che quest'anno si sono tenuti a Rimini durante il RHEX. L'aver unificato tutti i regionali in un unico grande evento è stato un grande successo che ha visto avvicinarsi sulle pedane di gara oltre 700 partecipanti delle sezioni di tutta Italia. La finale nazionale 2013 sarà avvincente e all'insegna del cambiamento. Un pool di giudici esterni affiancherà i Consiglieri Nazionali, le batterie saranno a eliminazione diretta e i super finalisti si affronteranno in una finale a sorpresa dove saranno chiamati a presentare le loro opere in lingua inglese. I Circuiti del Cocktail a livello regionale che si sono svolti in tutta Italia e che hanno permesso di avvicinare tanti giovani bartender all'emozione dei concorsi, garantiranno poi alle sezioni la possibilità di altri due concorrenti alla competizione finale. Nell'ambito della formazione professionale, dopo il successo del corso formatori tenuto in Puglia lo scorso maggio, a grande richiesta si ripeterà l'esperienza con un secondo corso che si terrà a ottobre in Emilia Romagna. AIBES ha un occhio particolare anche per il tempo libero e lo sviluppo delle relazioni interregionali attraverso gli eventi sportivi. Per questo si ricostituirà il team nazionale di calcio AIBES che si incontrerà al raduno di Casalecchio. Non solo calcio però. Anche la pallavolo farà la sua comparsa in casa AIBES con una competizione mista maschile e femminile e un primo raduno previsto a Civitanova Marche per il 2 ottobre. E ancora, AIBES si pregia di essere presente in diverse forme in tutti gli eventi e manifestazioni legati al mondo dell'ospitalità e con grande piacere ha raccolto l'invito a presenziare il 15 ottobre a Chianciano Terme per il "Premio talento dell'arte del gusto 2013". Last but not least, con un successo inaspettato BarTales cattura sempre più lettori da tutto il mondo, e a tutti coloro vicini e lontani che da queste pagine incontrano AIBES, siano essi associati o non, rivolgiamo il nostro saluto più sincero e cordiale con la speranza di essere sempre più vicini ed uniti. Per consolidare uno stile di bartending italiano sempre più vicino alle necessità e alle sfide che il mercato globale ci chiama ad affrontare. Prosit.

**Pietro Attolico**

*Presidente Aibes Promotion Srl*

**Andrea G. Pieri**

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

## BEST SELLER SCOTCH

Nel 2012 Johnnie Walker whisky, del portafoglio DIAGEO, è stato lo scotch whisky globalmente più venduto con un incremento del 5% sul 2011. La vendita si è attestata sui 18,9 milioni di casse da 9 lt. La top ten degli scotch whisky comprende anche Ballantine's, Chivas Regal, Grant's, J&B, Dewar's, William Lawson's, Famous Grouse, Label 5 e William Peel.



## RESTILYNG&UPGRADE

Brown Forman, proprietaria del brand Jack Daniel's, ha annunciato un investimento sulla distilleria pari a 100 milioni di usd. Jack Daniel's nel 2011 ha venduto 10,7 milioni di casse da 9 lt con un incremento sulle vendite 2011 dell'1%. I lavori di ampliamento inizieranno in autunno con l'incremento di magazzini di stoccaggio, barili, impianti di distillazione, infrastrutture varie e nei prossimi 5 anni si stima la creazione di nuovi 90 posti di lavoro. Jeff Arnett, master distiller, ha dichiarato che "questo investimento servirà a consolidare il loro charcoal mellowee whiskey nel mondo".

## APPLE BRANDY IN TRASFERTA

Tra il 14 e il 20 ottobre si terrà in Gran Bretagna la settimana del Calvados. Pubblici esercizi e supermercati promuoveranno la conoscenza del distillato con l'offerta di una serie di assaggi. Ci saranno anche eventi di mixology e cucina con Calvados, tasting panel e concorsi tra le marche. Tutte le informazioni sul sito: [NationalCalvadosWeek.com](http://NationalCalvadosWeek.com)





## IL GUSTO DELL'ERRORE

Il gruppo Campari ha annunciato la nuova release Wild Turkey Forgiven whiskey. Il prodotto è stato così chiamato perché nasce dall'errore di un addetto della distilleria di miscelare insieme "un raro rye full proof con un perfetto bourbon invecchiato". Wild Turkey Forgiven è il primo esperimento sul genere, in quantità limitata a 38.100 bottiglie, ed è composto al 78% da da bourbon 6 yo e 22% rye 4 yo. Andrew Floor ha dichiarato che dopo l'assaggio del prodotto ha subito dimenticato l'arrabbiatura iniziale per l'errore. Ecco perché "forgiven...".



## ABSOLUT STORE IN MALESIA

Nell'aeroporto internazionale di Kuala Lumpur è stato inaugurato il primo Absolut Brand Store grazie alla collaborazione tra The Absolut Company, Pernod Ricard Asia e Eraman Duty Free. Paul Duffy, CEO di The Absolut Company, ha definito l'evento un momento storico per il brand building e per il consolidamento di Absolut. Lo store si avvale di 45 mq nei quali si trovano un bar, una lounge area, e postazioni digitali esperienziali.

## MOSCOW BAR SHOW

Si svolgerà dall'1 al 3 ottobre sotto la consueta organizzazione di PIR Events il Moscow Bar Show 2013. Grande kermesse di brand, dimostrazioni, bar tender, seminari e brand ambassador. Il programma di quest'anno include tra gli ospiti David Woodrich, Don Lee (PDT) e The Dead Rabbit dagli USA, Anistatia Miller e Jared Brown, Esther Medina (Opium, Soho) e Luis Simoes (Ritz London) dal Regno Unito.





# «SALVIAMO IL SOLDATO BARMAN»

L'appello di Roberto Pellegrini per la "casta" in via d'estinzione

di MELANIA GUIDA

Interno giorno. La coppia siede nell'angolo come d'abitudine. Ordinano il solito. Lei tira fuori i fax appena arrivati da oltreoceano, lui si innervosisce e stempera nell'irascibilità severa un amore che non sa arrendersi. Che non accetta l'ineluttabilità di una sentenza vicina. Sono le ultime sequenze di un film che ha per sfondo lo struggente languore del Canal Grande e le stanze e i saloni di un tempio del lusso. Il film personalissimo di Roberto Pellegrini che al "Gritti" di Venezia ha vissuto e lavorato quattordici anni e che per quei fotogrammi finali ha imparato a piangere. C'era bisogno di una anziana coppia di ebrei ricchissimi e in giro per l'Europa per sciogliere l'algida freddezza di un barman che già al "Danieli" ne aveva viste di ogni?

«Lei era uno scricciolo di ottant'anni – dice con tenerezza il papà della Federica nazionale – piccolissima, delicata e insieme fortissima. Una roccia. Parlava solo con me. Si era instaurato un rapporto specialissimo. E non c'era più nulla da fare per quel maledetto tumore allo stomaco. Lo dissi anche a mia moglie: se me lo chiedono parto con loro». Come il più devoto dei figli, "il più affettuoso dei nipoti". Perché è quella di una famiglia perfetta la relazione che lega il barman d'albergo a quei clienti straordinari.

«L'albergo deve essere come casa tua – continua Pellegrini sottolineando che – lavorare in un posto importante non è poi così difficile. Servono un buon "know how" e le conoscenze di base: perché un Campari è un Campari dappertutto. La dif-



**ATMOSFERE  
UNICHE**

UNA  
SUGGESTIVA  
IMMAGINE DEL  
LONGHI BAR  
DEL GRITTI  
PALACE  
DI VENEZIA

ferenza la fa l'empatia. Quella sì che è una dote. O ce l'hai o niente. E poi la sobrietà, ecco un'altra caratteristica».

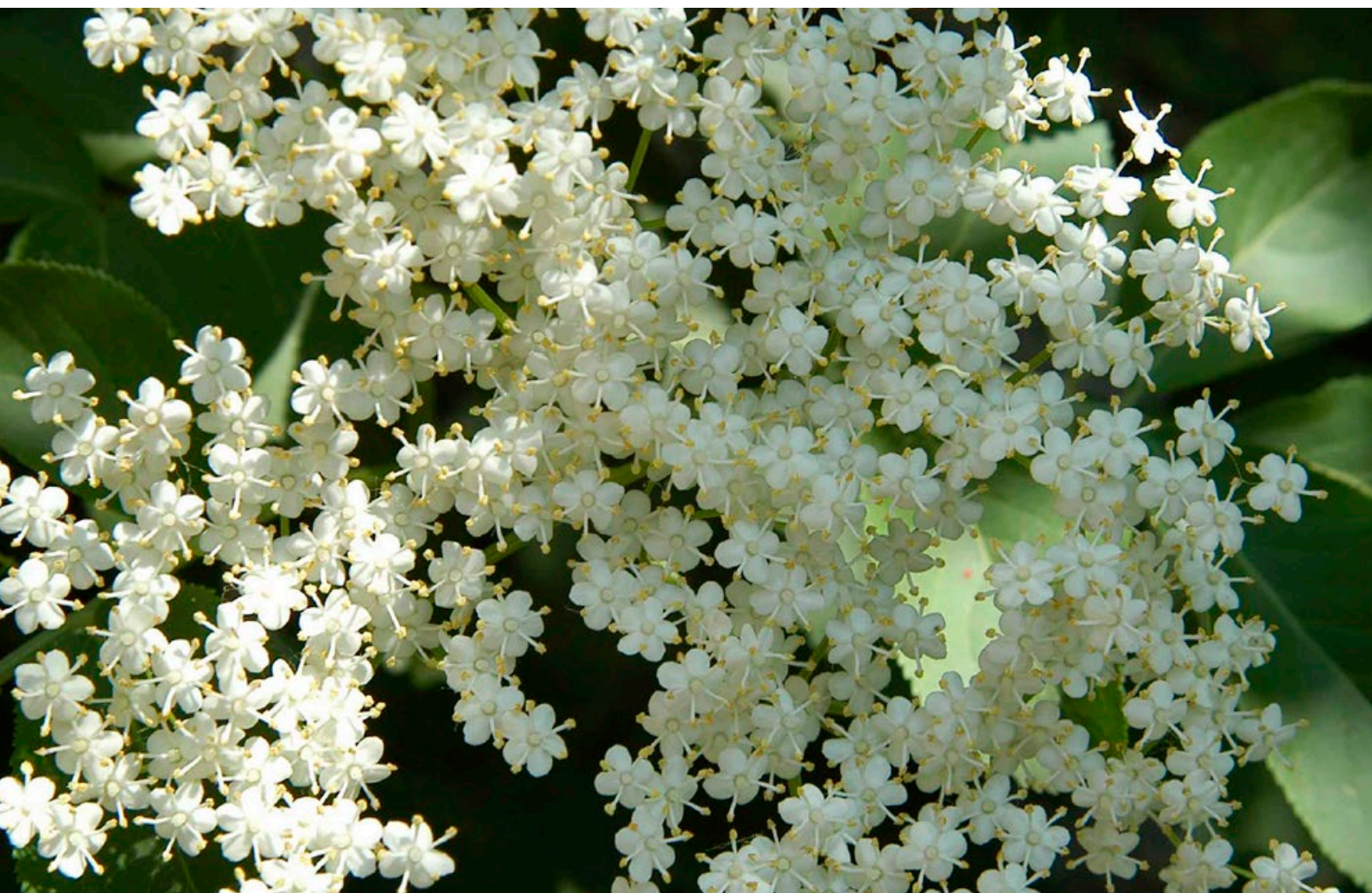
Quanto ti manca quel mondo? «Poco o nulla perché sono arrivato al "the end". Quel film è finito, ora c'è "Tacco 11"». Dopo 37 anni di Grandi Hotel, la svolta: un american bar a Spinea. «Diciamo una singolare congiuntura. Il "Gritti" chiudeva per ristrutturazione, mio figlio si era appena diplomato all'alberghiero e a Spinea si vendeva un locale. Arriva Federica (la campionessa *n.d.r.*) e dice: perché non facciamo qualcosa tutt'insieme? Voilà. Ecco "Tacco 11" (il nome deriva dalla passione di Federica per le scarpe e dalla somma delle cifre di 74, il voto che il fratello Alessandro ha preso all'esame di maturità). In fondo avevo bisogno di cambiare. Bisognerebbe farlo ogni dieci anni. Però una cosa vorrei dirla forte: salviamo il barman d'albergo».

Cos'è un appello per una specie in via

d'estinzione? «Diciamo a tutela di una casta». Spieghiamo meglio. «Ci sono due direzioni del bartender. Una è quella del grande albergo, l'altra quella relativa alla velocità del momento, alle strategie di vendita, rivolta a una clientela più giovanile. Però se il mondo vuole lo Spritz facciamoglielo bene, anche se è un drink banale». Vale a dire? «Significa che in qualunque caso ci vogliono solide basi di conoscenza. Esempio: se non sai cos'è un distillato è inutile che fai l'affumicato. Perché il fascino sta non tanto nel fare ma nel conoscere bene quello che stai facendo. E i barman d'albergo, quei pochi che sono rimasti, quasi come panda, hanno una solida cultura del saper fare».

Quella cultura che tra Roma, Firenze e Venezia (il triangolo del turismo internazionale) traccia la diagonale del "bere bene". Salvarli è una mission. Necessaria e possibile.

**Melania Guida**



## PROFUMO DI FRESCO

Tenue e aromatico il liquore di sambuco vanta un rapido e singolare successo

di **FABIO BACCHI**

**S**e vi trovaste a passeggiare per sentieri alpini, in Savoia magari o nel Sud Tirolo, e vi capitasse di incontrare viandanti che raccolgono profumati fiori bianchi stareste assistendo alla prima fase di lavorazione di un prodotto che negli ultimi anni ha saputo coin-

volgere i bartender professionisti come pochi altri: il liquore di fiori di sambuco. Qualora questi viandanti fossero muniti di biciclette dotate di cestino e sacco di iuta... fotografateli perché è un evento che tutti i bartender vorrebbero vivere. Il liquore al sambuco è di tradizione scan-

dinava e fortemente caratterizzato dalla lavorazione artigianale. Lanciato come un prodotto moderno ha raccolto un successo che pochi alcolici hanno avuto nel mondo della miscelazione. Del sambuco si raccolgono i fiori e i frutti ed entrambi vengono utilizzati per la produzione di liquori ben distinti tra loro. I fiori sono di colore bianco latte, molto profumati e si raccolgono tra aprile e giugno recidendoli alla base, i frutti tra agosto e settembre. Gli alberi di sambuco hanno un' altezza tra i 5 e gli 8 metri e sono molto comuni nelle campagne e nelle zone di montagna sino ai 1500 m. Ma non tutte le specie di sambuco sono utilizzabili. Infatti alcune sono altamente velenose per la salute, come il sambucus ebulus e il sambuco racemosa. La pianta normalmente utilizzata è il sambucus nigra. Il trattamento dei fiori è molto laborioso. Una volta liberati dai peduncoli, che altrimenti rilascerebbero forti sentori erbacei in infusione, i fiori e gli stami con il loro polline caratteristico per il profumo vengono fatti leggermente essiccare all'ombra per poi essere avviati alla macerazione in soluzione idroalcolica con zucchero e, a volte, limone. La conservazione dei fiori avviene spesso in contenitori di vetro o porcellana. Il sambuco cresce anche in Nord e Sud America, in Australia e persino in Indonesia. Attualmente il sambuco è uno degli ingredienti per la preparazione dell'Hugo, versione alpina del Wine Spritzer, e la sua mixability è di grado molto elevato per versatilità e qualità. I liquori al sambuco hanno normalmente una gradazione alcolica che si aggira intorno ai 20°, sono di colore giallastro e con una note-



vole intensità di aromi che vanno dai fiori alla frutta tropicale. Leader di mercato e produzione è il brand francese St-Germain ma il liquore al sambuco è presente nella produzione di grandi case liquoristiche e di realtà molto più piccole, artigianali, e assolutamente degne di nota. Con grande orgoglio l'Italia vanta una ottima qualità. Questa è la scelta di BarTales.

### ST-GERMAIN - Francia

Il brand è stato fondato 6 anni fa dalla Cooper Spirits di Robert Cooper ed è stato recentemente acquisito dal gruppo Bacardi Martini. Il liquore St-Germain è presentato come un prodotto realizzato al 100% con fiori di sambuco freschi selezionati e raccolti a mano nelle zone alpine della Savoia francese, secondo un metodo produttivo artigianale nazionale. I fiori sono raccolti nell'arco di 4-6 settimane in tarda primavera e il processo di macerazione inizia subito per

catturare la freschezza ed esaltarne il carattere fruttato. Queste peculiarità si riscontrano nel gusto fresco ed accattivante, con note di frutti tropicali, pera e agrumi e con un contenuto alcolico di 20°. Molto bella e suggestiva la bottiglia frutto di un approfondito studio di design e packaging. Vincitore di alcuni tra i più prestigiosi premi di settore, St-Germain è sicuramente il leader di mercato globale.

### GIFFARD - Francia

La storia di Giffard inizia nel 1885 quando Emile Giffard, farmacista di Angers, nella valle

*segue*



della Loira, elaborò un liquore digestivo a base di menta. Il successo lo convinse a trasformarsi in distillatore e nacque il Menthe Pastille, secondo lo stile dolce dell'epoca, e al quale sarebbero seguiti altri liquori. L'azienda è oggi guidata dalla quarta generazione. Fleur de Sureau Savage è il liquore al sambuco della maison e ha un ABV di 20°.



### **PSENNER – Italia**

Termeno, in Alto Adige, è una città con una spiccata vocazione per il vino. Termeno ha dato il nome al Traminer, uno dei vini aromatici più noti al mondo. L'unicità di questa terra è caratterizzata dalle sue genti con il loro carico di cultura e tradizione ed è in questa città che un giovanissimo Ludwig Psenner dedicò la sua attenzione alle pratiche di distillazione carpandone segreti e metodologie. A soli 27 anni impiantò il primo distillatore a bagnomaria di Grappa e la celebrata Distilleria Psenner iniziò la sua storia oggi rappresentata dalla sua ricca produzione di grappe, liquori e distillati di frutta. Holler Fior di Sambuco è il liquore al sambuco di casa Psenner, con succo di limone e 17° ABV.



### **RONER – Italia**

Gottfried Roner iniziò la sua attività di distillatore di grappa nel 1946 con un alambicco posizionato nella casa di famiglia. Il passo successivo fu la produzione di liquori con i frutti del territorio che metteva a macerare nella sua grappa. Fu con l'acquisto di un secondo alambicco che Gottfried decise di distillare la frutta. Il successo della

sua attività ha visto continui ampliamenti dedicati all'aumento della produzione di brand che hanno ricevuto numerosi riconoscimenti. Nel 2001 Roner, anche essa situata a Termeno, è stata la prima distilleria italiana ricevere la certificazione di qualità ISO 9001/2000. L'azienda è oggi guidata dalla terza generazione e si compone di due impianti di distillazione, per la frutta e per le vinacce. In ossequio alla tradizione alpina di preparare in primavera prodotti al sambuco, Roner confeziona il suo liquore al sambuco Holler Sambo secondo i canoni di qualità e tradizione. Holler Sambo ha una gradazione di 17° ABV, olfatto floreale, gusto dolce, e nel 2009 è stato premiato con la medaglia d'oro all'International Spirituosen Wettbewerb in Germania.

### **DISTILLERIA PRIVATA UNTERTHURNER – Italia**

La gamma di questa distilleria fondata nel 1948 da Ignaz Unterthurner nella antica residenza signorile Priami a Marlengo, vicino a Merano, comprende circa 40 referenze tra liquori e distillati pregiati di frutta. Oggi la distilleria è guidata dalla terza generazione. Esperienza e tecniche di invecchiamento severe e innovative sono la chiave del successo di Unterthurner. Fior di Sambuco è ottenuto dall'estrazione degli aromi e profumi dei fiori di sambuco raccolti nel maso Kohlstatt situato proprio sopra la distilleria. Fior di sambuco è il liquore che fa parte della linea Noblesse, ha un abv più elevato dei suoi simili in quanto arriva a 28°, un colore giallo torbido naturale, senza



aggiunta di aromi o coloranti, e una sensazione retro olfattiva particolarmente persistente.

## PIRCHER - Italia

Nella metà del secolo scorso i fratelli Pircher rilevarono la cantina dell'antico convento di Lana, già dono dell'Imperatore Federico II ai monaci dell'ordine nel 1215. Qui iniziarono a mettere a frutto la loro esperienza nella coltivazione e trasformazione della frutta. Oggi, nei nuovi stabilimenti vengono distillate circa 25.000 tn di frutta. Holunderbluten è il liquore al sambuco di casa Pircher, ha un ABV di 21°,

contiene il 25% di estratto di fiori di sambuco e una leggera aggiunta di caramello semplice.

## BRAMLEY & GAGE - Gran Bretagna

Verso la metà degli anni '80 Edward Bramley Kain e Penelope Gage iniziarono la lavorazione di frutta coltivata nella loro fattoria del South Devon seguendo i dettami della tradizione liquoristica francese ottenendo subito un grande successo con dei prodotti di nicchia. La loro è una produzione small batches. La frutta usata è di coltivazione biologica. L'azienda, ampliata, è



oggi situata a Thornbury nel Gloucestershire ed esporta verso 60 paesi. Il Sambuco Bramley & Gage ha 18° ABV e ha un imbottigliamento da 35 cl.

## CHASE - Gran Bretagna

La distilleria dello Herefordshire è conosciuta per la sua "potato vodka" ottenuta dalle varietà King Edward e Lady Claire e per le famosissime patatine Tyrrel's. Il Chase Elderflower Liqueur è prodotto utilizzando come base alcolica la stessa home vodka, ha 20° ABV ed è confezionato in bottiglie da 500 ml.



## DE KUYPER ROYAL DISTILLERS - Olanda

De Kuyper è uno dei grandi gruppi mondiali della liquoristica fondato nel lontano 1695 da Petrus De Kuyper, che inizialmente era un fabbricante di botti per il trasporto di birra e gin. Intorno al 1800 la De Kuyper intraprese una attività di export verso le colonie inglesi insieme alla compagnia londinese Matthew & Clark & Sons. Inizialmente nata come distilleria la De Kuyper iniziò la produzione di liquori intorno al 1920. Attualmente il marchio dispone di una grande varietà di creme e liquori, esporta in più di 100 paesi e nel 1995 ricevette il titolo "Royal" dalla monarchia olandese. De Kuyper Elderflower è il prodotto base ma ne esiste anche una versione premium handcrafted, il Fleur, presente sul mercato USA.



*segue*



## ST. ELDER - USA

St. Elder è un liquore al sambuco recente. È prodotto dalla Walker Bottling di Somerville in Massachusetts, un piccolo produttore rivenditore. È una produzione small batches di varietà nord americane di sambuco. È un prodotto molto bilanciato con 20° ABV. Negli USA si è fatto conoscere sul mercato in pochissimo tempo.

## THATCHER'S - USA

La linea di liquori artigianali biologici Thatcher's è stata lanciata nel 2009. Thatcher's è molto vicina alle tematiche ambientali e di sviluppo sostenibile con un



vero e proprio stile e credo aziendale fuori dagli schemi. Le bottiglie e le etichette sono realizzate con materiale riciclabile o riciclato, in azienda si usano energie alternative e il gruppo fa parte di "1% For the Planet", una organizzazione che

raggruppa aziende che destinano l'1% del proprio revenue a iniziative di salvaguardia del pianeta. Tutti gli ingredienti dei prodotti Thatcher's sono certificati come organic dall'USDA. Con sede a Temperance, in Michigan, Thatcher's è un'azienda con un occhio particolare alla cocktail culture e a uno stile di vita slow. Thatcher's Organic Elderflower ha 15° ABV.

## THE BITTER TRUTH - GERMANIA

La casa tedesca, nota per la grande

presenza nel settore dei bitter aromatizzanti dal 2006, presenta il suo Elderflower Liqueur come un prodotto che combina le caratteristiche di un vino aperitivo speziato con le note di un liquore floreale. I fiori vengono raccolti in Germania e Austria. In effetti questo liquore è particolarmente speziato e con note di miele. ABV 22°.



## PUR- GERMANIA

La tedesca Pur Spirits è una distilleria attualmente guidata dalla terza generazione ed è situata in un piccolo villaggio del sud della Germania. Utilizza fiori raccolti in una foresta nei pressi del lago di Costanza. Pur è particolarmente vellutato, con un colore tendente all'ambrato. Il prodotto è presente soprattutto in USA.



## BERTINA - FINLANDIA

Questo prodotto di una piccola distilleria finlandese ha probabilmente il più basso contenuto zuccherino della sua categoria. È confezionato in una bottiglia retrò e ha un ABV di 20°. Molto fruttato è uno dei liquori al sambuco più caratterizzanti. Anche Bertina è presente soprattutto in USA dove è importato da Malibu Brand Concepts.



**Fabio Bacchi**



# RON *palma* **MULATA** de CUBA

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



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

By **MAVI**  **DRINK**<sup>®</sup>

# BENVENUTI DA LEOPOLDO

Nel cuore di Palermo, uno dei quartieri più eleganti della capitale, il gastro-bar più cool di Buenos Aires

di CARLOS CAIO

**B**uenos Aires, da molti nota come la capitale latinoamericana della cultura, ha mille definizioni. “La “Parigi sudamericana”, “la Capitale europea del Sud America”, “la Capitale del Tango”, “la città dei mille teatri”, “la città che non dorme mai”, “la città che ha più pizzerie di Napoli” e tante altre ancora. A volte sono piccole forzature, a volte sono certezze consolidate, ma certamente è una città dove nessuno si sente straniero.

È questa la sensazione che devono avere provato le centinaia di migliaia di emigranti italiani che sbarcarono nel porto di Buenos Aires tra il 1850 e il 1950. Sogni e speranze racchiuse in misere valigie di cartone che di beni materiali ne contenevano ben poco. La memoria di quella gente era intrisa dei ricordi della patria lontana, di sapori e profumi dei paesi di origine. Quei ricordi divennero ben presto

una importante e tipica parte della cucina locale. E fu così che nei ristoranti tipici, nelle pizzerie e nei bodegones, insieme a torte pasqualine, pasta al pesto, lasagna e focaccia, farinata e tutte le altre ricette di tipica estrazione regionale italiana si diffuse anche il “vizietto” tipicamente italiano dell’aperitivo.





*Diventato in pochissimo tempo uno dei locali più trendy della capitale, “Leopoldo” è considerato uno dei migliori ristoranti argentini e frequentato dalla jet society di Buenos Aires*

Questa usanza si impose a Buenos Aires sin dai tempi delle prime ondate migratorie. Il Vermouth accompagnato da soda era il principe degli aperitivi e non mancavano mai olive verdi e nere, verdure sott'olio, cubetti di salumi e formaggio per smorzare il tono alcolico. Questa realtà, diffusa e consuetudinaria, divenne la

causa principale della presenza in Argentina di marchi del beverage tipicamente italiani: Campari, Gancia, Martini, Cynar, Fernet Branca e, adesso, Aperol. Il bere italiano si ritagliò, e detiene tuttora, uno spazio importante nel mercato locale.

Questa realtà sembra proprio non voler cambiare e, anzi, si consolida sempre più. Bar e ristoranti nei quali l'influenza italiana è il filo conduttore sono i più richiesti e dettano usi e costumi del consumo fuori casa. Tra i tanti uno in particolare, Leopoldo. In pochissimo tempo il Bar & Restaurant Leopoldo è diventato uno dei locali più trendy della città e i motivi non mancano. E non si possono discutere. I suoi clienti dicono che è cool. E lo è veramente. Infatti si trova a Palermo, uno dei quartieri più eleganti ed esclusivi di Buenos Aires, in una strada più emblematiche: il Boulevard Cervino. I vicini di Leopoldo sono veramente illustri

*segue*



COSMOPOLITA  
E DALL'AMBIENTE  
NEO POP IL  
LOCALE È OPERA  
DELL'ARCHITETTO  
JAVIER ITURRIOZ

e tra questi spicca il Museo Malba con i suoi meravigliosi giardini botanici.

Ma il successo di Leopoldo non deriva dalla sua pur indiscutibile posizione strategica. Spazi, arredi e volumi del locale sono il risultato dell'opera dell'architetto Javier Iturrioz. La decorazione artistica è stata curata da Fernanada Cohen, abilissima nella fusione di colori e in effetti

shock che sfociano in una estetica pop di forte impatto. Leopoldo fa parte di uno dei più importanti gruppi di ristorazione argentini e le guide gastronomiche lo inseriscono tra i migliori ristoranti argentini. È frequentato dalla jet society argentina e latina in generale. Il pubblico è cosmopolita e lo identifica come un gastro-bar con un ambiente Art Pop. La cucina è di stile contemporaneo ed affidata alle mani dello chef Diego Gera che propone piatti di forte impatto sensoriale con uso di materie prime argentine trasformate con grande capacità tecnica.

L'offerta beverage è affidata al bar manager Carlo Maria Contini. Tra bottiglie e bicchieri scintillanti Carlo Maria dirige i suoi maestri di orchestra con personalità e autorevolezza d'altri tempi. La proposta del bar comprende molti distillati e i grandi classici della miscelazione classi-





ca. Particolare attenzione è dedicata alla miscelazione del Pisco in abbinamento al tipo di cucina del ristorante. La drink list ha anche una interessante sezione dedicata agli aperitivi italiani e una al Gin Tonic. Oltre ai classici drink sudamericani colpisce l'uso di tipici prodotti argentini in tre ricette. Il Buenos Aires Gimlet è una rivisitazione del classico omonimo con un cordial di Yerba Mate al posto del lime.

Un'altra ricetta a base di gin impiega l'uso di sale e alghe della provincia di Chubut in Patagonia. Ma l'Argentina è il paese della parrilla e del grill e non poteva mancare un drink ispirato a base di rum, il Pina Grill. Questo drink impiega ananas cotto sottovuoto a temperatura controllata, condito con spezie, zenzero e agrumi, e poi passato al grill. La pina così lavorata viene utilizzata per la preparazione del drink.

La particolarità di Leopoldo è che il ristorante accompagna molte sue pietanze con drink abbinati pur avendo una wine list con un centinaio di referenze. È con

queste premesse che Leopoldo riesce a fare convivere in equilibrio buona cucina e ottimi drink in un ambiente decisamente originale e di buon gusto.

**Carlos Caio**

## LA RICETTA

### OLD PISCO

#### Ingredienti

- 1 ZOLLETTA DI ZUCCHERO IMBEVUTA CON 1 DASH DI ANGOSTURA E 1 DASH DI ANGOSTURA ORANGE BITTER
- 7 CL PISCO EXTRA ANEJO INVECCHIATO 12 MESI IN BOTTE DI QUERCIA AMERICANA
- ACQUA NATURALE Q.B.

#### Procedimento

miscelare gli ingredienti direttamente in un tumbler basso con una sfera di ghiaccio. Guarnire con una fetta di arancia disidratata condita con zucchero e spezie.



# MINT AMBASSADOR

## Prima medicamento e dopo sling, l'evoluzione del trendissimo Julep

di **ANTONIO PARLAPIANO**

I miraggio più atteso nel pomeriggio di una torrida e umida estate è l'apparizione di un calice d'argento, ghiacciato all'esterno e ricoperto da un bouquet di teneri germogli di menta che invita corpo e mente a dissetarsi e godere di quella fredda e aromatica bevanda la cui storia è lunga 1112 anni. Perché sebbene il termine "Julep" si consideri di origine francese arcaico o provenzale, esso deriva dall'arabo "Julab".

Proprio dal mondo arabo arriva infatti la prima definizione ufficiale del termine citato nel "Kitab Al Mansuri" di Rhazes, famoso medico alchimista egiziano. Correva l'anno 900 d.C. e il Julab consisteva in una infusione di acqua, zucchero e violette. Da questo momento in poi la mistura inizia a diffondersi in tutta l'area mediterranea seguendo la dominazione araba e la propagazione dei

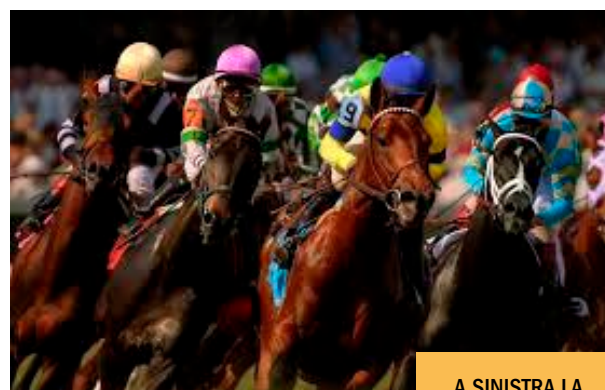
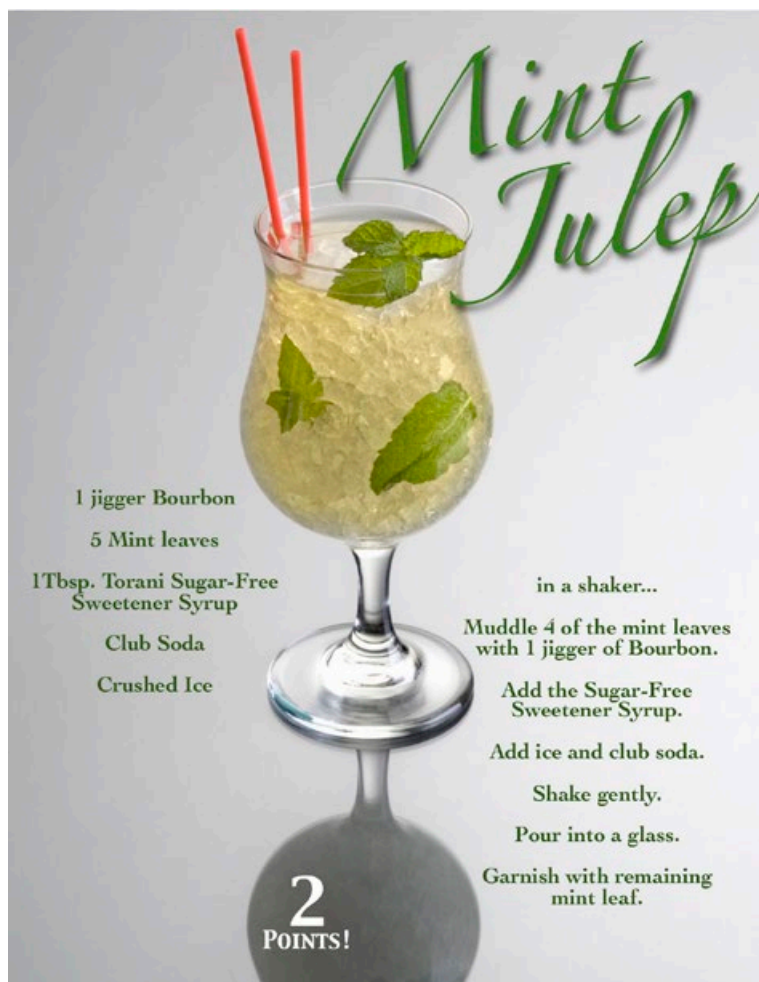
nuovi dettami della medicina mediterranea tradizionale rielaborati dagli alchimisti della scuola di Alessandria d'Egitto.

L'utilizzo del Julep era del tutto medicinale e tale rimarrà sino alla fine del 1700. L'arrivo del medicamento in America può essere fatto risalire al 1634, con i primi insediamenti francesi nei pressi dei fiumi Mississipi e Ohio, dove le estati caldissime e umide favorivano la malaria e contro la quale il rimedio era una cura a base di Julep composti da acqua, zucchero e Cognac. Molte sono le testimonianze dell'uso della bevanda a scopo medicinale, con l'aggiunta di alcol per rendere la medicina più forte.

La prima testimonianza del consumo di Julep ad uso ricreativo, invece, si rinviene in "The wedding, an epic poem" testo del 1796 scritto da anonimo. Proprio all'inizio del poema troviamo un verso che finisce con questa rima "...le ninfee nel giardino raccolgono tulipani" e poi "...donzelle che preparano i cordiali Juleps". John Ferdinand Smith della Virginia dice che trascorrevano gran parte del loro tempo a bere "forti Juleps composti da rum, acqua e zucchero".

A questo punto della sua evoluzione il Julep viene preparato esattamente come uno sling. Diventa così lo sciroppo "medicamentoso" del periodo con aggiunta di





A SINISTRA LA RICETTA DEL COCKTAIL. QUI SOPRA IL CELEBRE KENTUCKY DERBY

distillati vari. È in questo tempo che, dopo secoli, il termine inizia a indicare una bevanda piacevole bevuta per uso ricreativo. Il 16 e 20 marzo 1798 sono due date molto importanti. Sul giornale "Morning Post and Gazeter" di Londra vengono pubblicati due articoli riguardanti i debiti rimessi ai creditori da un fortunato proprietario di un pub in Downing Street che aveva vinto una grossa somma ad una lotteria. Il giornale pubblicò i debiti di diciassette politici, tra cui un certo Mr. Pitt, il quale era debitore per un "cock-tail vulgarly called Ginger...". È probabilmente la prima volta in assoluto che viene menzionata la parola cocktail sulla carta stampata. Ciò che emerge è che la differenza tra uno sling e un cocktail risiede nel ginger, speziatura, che in seguito diventerà bitter.

In America, sebbene i primi Stoughton Bitter fossero disponibili sul mercato, questi non erano reperibili in tutti gli stati. È molto probabile che i primi tentativi

di amaricare lo sling furono effettuati con la menta, portando così alla luce quello che fu definito "Mint Sling" dal quotidiano "Adams Sentinel" nel 1804 in Pennsylvania. È questo il primo riferimento scritto dell'aggiunta di menta alla bevanda. Di lì a poco si sarebbe sviluppato il commercio del ghiaccio e il Mint Julep, grazie a questa innovazione, si diffuse dagli stati del sud a tutto il territorio divenendo l'ambasciatore dei drinks ghiacciati nel mondo. A New York, presso il City Hotel, Horemus "The Great" Willard fece degli Iced Juleps la sua specialità.

Un altro grande ambasciatore del Mint Julep fu il capitano Frederick Marryat il quale, nelle sue pubblicazioni, menziona alcuni eventi legati al Mint Julep. Tra questi, i festeggiamenti per l'Indipendenza Americana del 4 luglio 1837 a New York, che furono bagnati da fiumi di Mint Julep. Nel suo libro del 1862, "The Bon Vivant Companion Or How To Mix Drinks", Jerry Thomas pubblicò

*segue*

## SPEAKEASY MINT JULEP

## Ingredienti

- 60 ML WILD TURKEY 101 BOURBON
- 25 ML PLANTATION JAMAICA RUM 2000
- 2 TSP ZUCCHERO BIANCO
- 12 FOGLIE DI MENTA
- SPLASH DI ACQUA DI FONTE

In un Julep mug d'argento ben raffreddato porre la menta e pestarla delicatamente con un Toddy Stick. Aggiungere lo zucchero, l'acqua e mescolare fino al completo scioglimento dello zucchero. Mettere un terzo di capacità di ghiaccio tritato, 3 cl di Bourbon e mescolare energicamente. Colmare con altro ghiaccio tritato, con il restante Bourbon e mescolare di nuovo. Porre il rum, ancora ghiaccio, e mescolare ancora sino alla formazione di una patina di ghiaccio tritato sull'esterno del bicchiere. Guarnire con germogli di menta e zucchero a velo.



una lettera di Willard circa la preparazione migliore del perfetto Julep, oggi conosciuto come Georgia Mint Julep, composto da Cognac, peach brandy, acqua, zucchero e menta. Molti mixographer, negli anni a seguire, proposero diverse versioni del drink. Le variazioni sul tema dibattevano sullo spirito base da usare: rum, brandy, genever, whiskey. Oppure se la menta andava massaggiata, pestata, oppure solo infusa e poi subito scartata.

E ancora, che tipo di bicchiere utilizzare? Argento o vetro? Servito con cannuccia o julep strainer?

Un ampio numero di ricette in merito possono essere visionate sui libri "The Gentlemen Companion-Around

The World With Jigger, Beaker and Flask" del 1946 di Charles H. Baker junior e su "Famous New Orleans Drinks And How To Mix Them" del 1937 di Arthur Stanley Cli-

sby. Ogni stato, città, villaggio o club aveva la propria ricetta del perfetto Mint Julep rivendicata strenuamente. Dopo la Prima Guerra Mondiale il drink cominciò a passare di moda per lasciare il posto ad altri cocktail e agli smash che erano dei piccoli Julep senza la garnish. Oggi il Mint Julep è tornato in pompa magna sulla scena della mixology. La New Golden Age of Cocktails vive un momento magico grazie ai bartender portabandiera della miscelazione classica "with a twist". In America la stagione del Julep inizia a maggio con l'arrivo della menta. Alcuni enti e associazioni celebrano con il Mint Julep delle date storiche. Tra queste ricordiamo il primo sabato di maggio, quando sin dal 1875 a Churchill Downs in Kentucky ha luogo la famosa corsa di cavalli denominata Kentucky Derby durante la quale il famoso drink è la ricetta ufficiale. E ancora, il 1 giugno 1845 William Heyward Trapier visitò l'Inghilterra e sostò presso il nuovo college di Oxford dove introdusse gli studenti al Mint Julep. Da quella volta ogni anno si festeggia l'evento mantenendo una sedia vuota in onore di Trapier.

**Antonio Parlapiano**

*Oggi il Mint Julep, che vanta un ampio numero di ricette, è tornato in pompa magna sulla scena della mixology*





# 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  
- SIF AWARDS

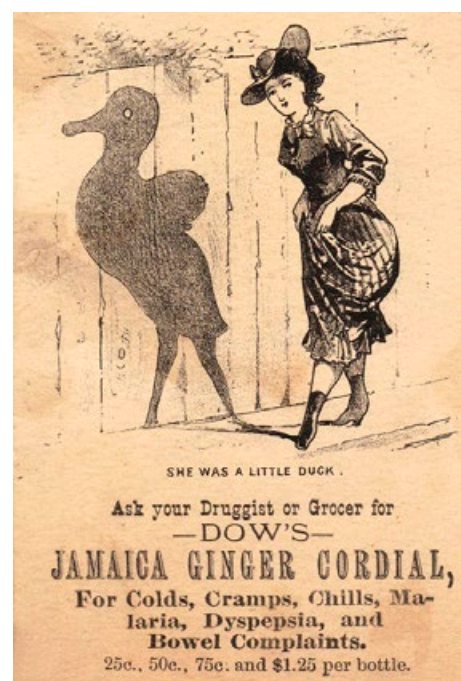
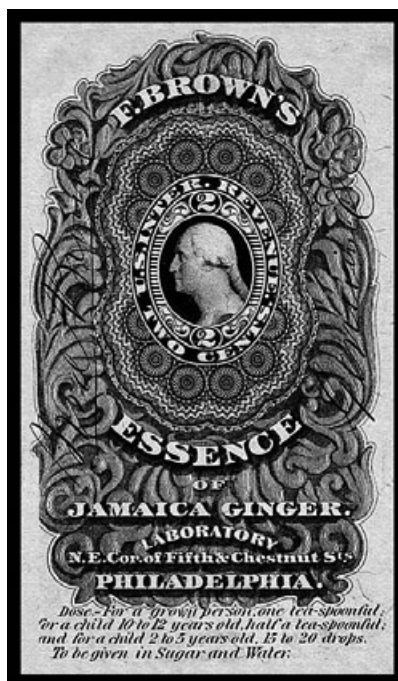


---

# FORMIDABILE ZENZERO

Storia e vicissitudini di un rizoma prodigioso

di **LUCA PIZZETTI**



*Il ginger ale creato in Irlanda nel 1851, è la bevanda a base di zenzero più diffusa nel mondo. Ne esistono in commercio due versioni: il golden e il dry*

**O**riginario dell'Asia meridionale lo zenzero proviene da tutte le zone equatoriali e in Oriente da sempre è stato utilizzato per insaporire i cibi e come rimedio medicamentoso. La sua radice, il rizoma, è la parte usata allo stato fresco nella preparazione dei drink.

Nel mondo la bevanda a base di zenzero più diffusa è senza dubbio il ginger ale, creato in Irlanda nel 1851, della quale esistono in commercio due versioni il golden e il dry, quest'ultimo, più conosciuto come Canada Dry Ale è sicuramente il più diffuso. Il golden ginger ale, dal sapore più

*segue*



forte e scuro di colore, più dolce, è lo stile più vecchio e oggi presente solo in alcuni mercati americani grazie ai marchi Vernors, Red Rock, Chelmsford e Blenheim.

Il Vernors Golden Ale fu inventato da James Vernors negli Stati Uniti nel 1866 basandosi sulle ricette delle ginger beer allora importate dal Regno Unito. Prima di essere imbottigliato e gassato è invecchiato quattro anni in botti di rovere. L'invecchiamento di questo Ginger Ale, unico in questa pratica, sembra dovuto al fatto che James Vernors, abile farmacista e nel cui negozio si trovava un impianto Soda Fountain Bar, iniziò questa sperimentazione prima di partire per la Guerra Civile americana. Il conflitto lo tenne lontano quattro anni e al suo ritorno quando assaggiò il suo estratto da una delle botti lo trovò perfetto per il suo scopo. Il Red Rock Golden Ginger Ale è forse il più dolce grazie all'aggiunta di puro zucchero di canna,

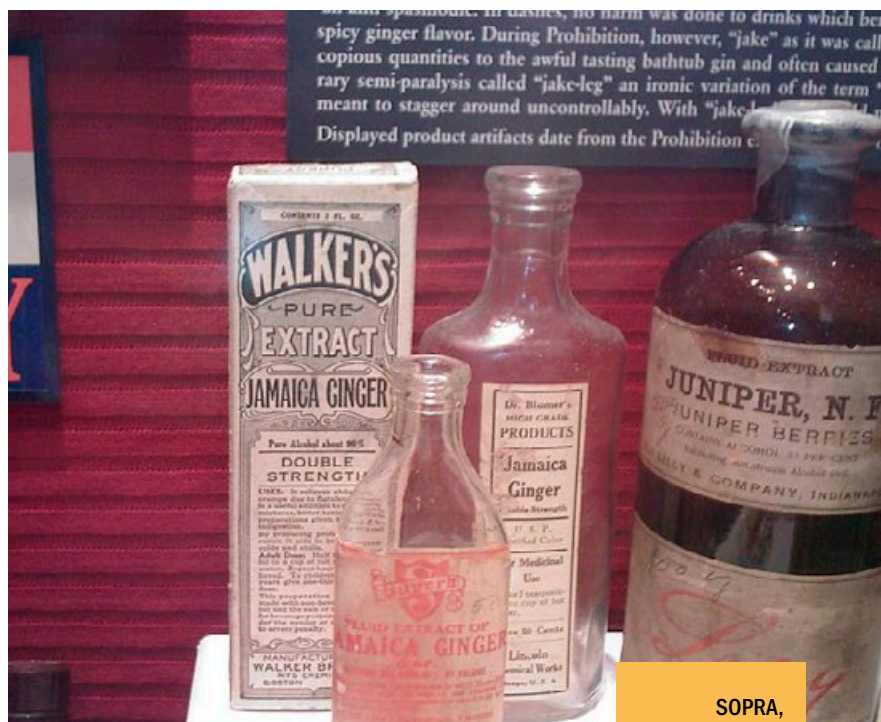
è poco gassato e colorato con caramello.

La versione moderna del Ginger Ale, il Canada Dry, è stata inventata nel 1907 da John McLaughlin laureatosi in farmacia all'Università di Toronto in Canada nel 1885. Nel 1890 si lanciò nel business delle bibite sodate creandole e vendendole nella sua farmacia drogheria di Toronto che era attrezzata anche come Soda Fountain Bar richiamando il termine soda creato nel 1798 per indicare genericamente le bibite gassate. I Soda Fountain Bar sarebbero sopravvissuti sino al 1950. La prima licenza fu probabilmente concessa a Samuel Fahnestock nel 1819 e sembra che Gustave Dows, nel 1883, brevettò il primo impianto completamente costruito in marmo dal design molto artistico. Nel 1890 John McLaughlin inventò una bibita sodata, la McLaughlin Belfast Style Ginger Ale che sull'etichetta riproduceva la bandiera canadese e l'immagine dell'alce, animale nazionale del Canada. Dal 1907 e sino ai tempi del proibizionismo la bevanda si è raffinata schiarendosi nel colore e caratterizzandosi nel gusto vivace per essere registrata nel 1922 ed arrivare sino ai giorni nostri con il nome di Canada Dry Pale Ginger Ale dove pale sta proprio a indicare pallido.

Il Dry Ginger Ale è presente anche in versioni aromatizzate alla menta come il Tom

Tucker Southern Style e alla frutta. Nella prima metà del secolo scorso negli USA veniva prodotto anche un condimento per cocktail a base di estratto puro di zenzero e alcol. Chiamato Jamaica Ginger, questo concentrato era usato in alcuni cocktails come additivo a gocce, era fortemente alcolico e durante il Proibizionismo veniva utilizzato per insaporire alcolici di bassa qualità. Da molti decenni non esiste più sul mercato e tra i vintage cocktails dell'epoca uno era l'Hot Deck Cocktail così shakerato: 5 cl. Rye whiskey, 1,5 cl. Vermouth rosso, 1 goccia di Jamaica Ginger. Questo prodotto fu poi tolto dal mercato e la sua produzione vietata perché si verificarono circostanze identiche a quelle della storia dell'Assenzio.

La triste storia del Jamaica Ginger ha costituito un caso di approfonditi studi scientifici, forse molto più seri ma meno conosciuti di quelli riguardanti l'assenzio. Anche in questo caso consumi scellerati e commercio senza scrupoli giocarono il loro triste ruolo. Il Jamaica Ginger, comunemente chiamato negli States Jake era un estratto di zenzero e alcol a 70°-80° usato



SOPRA, STORICHE ETICHETTE DI GIAMAICA GINGER. A SINISTRA LA GINGER BEER

in medicina con scopo digestivo.

Diffuso già nel 19° secolo, potenzialmente non era pericoloso ma il suo uso indiscriminato durante il proibizionismo per aggirare la legge anti alcol fu causa di gravi problemi sociali. Nella sua composizione originale il Jack conteneva almeno 5 grammi di zenzero puro per centimetro cubo di alcol della varietà chiamata anche zenzero bianco originaria della Jamaica, il che lo rendeva estremamente amaro e forte da consumare. Ne approfittarono strati disperati della popolazione e le gangs trafficanti di alcol che lo utilizzarono per rinforzare alcolici di bassa qualità. Due chimici amatori, Harry Gross e Max Reisman riuscirono a sviluppare in laboratorio un prodotto di sintesi molto simile ma più piacevole al palato e che riuscì a ottenere le autorizzazioni degli enti di controllo. A questo si aggiunsero sul mercato altri estratti adulterati con le sostanze più strane e velenose.

Agli inizi del 1930 alcuni medici del Midwest statunitense riscontrarono casi di paralisi degli arti accompagnati da patologie muscolari e neurologiche in un numero sempre crescente di individui al punto da lanciare un allarme su larga scala. Il modo scomposto dell'uso degli arti in quelli

*segue*





colpiti dalla malattia fu successivamente conosciuto come Jake Walk, “la camminata di Jack”. Studiando abitudini e circostanze di vita di queste persone due medici dell’Oklahoma, E. Miles e W.H. Goldfain, furono i primi a stabilire l’associazione di consumo di Jamaica Ginger con i sintomi di una malattia sconosciuta dagli effetti paralizzanti che affliggeva dei pazienti maschi adulti che si rifornivano del prodotto dallo stesso farmacista di quartiere per consumarlo diluito con soft drinks e attenuarne così il forte sapore amaro. L’Istituto di Sa-

nità ingaggiò i migliori chimici del momento per studiare il fenomeno sino a quando il chimico Peter Valaer riuscì a isolare in un campione di estratto una neurotossina derivante da un composto chimico, il TOCP, usato nell’industria plastica. Da qui l’immediato divieto di uso, la scomparsa di tutti i prodotti simili e la redazione di innumerevoli trattati medico-scientifici sul caso che hanno aperto la strada a ulteriori approfondimenti.

Last but not least, la Ginger Beer. Questa bevanda gassata è originaria dell’Inghilterra dal 1700 ma ha conosciuto la sua popolarità nel XX secolo. Acqua, lieviti selezionati di varia natura, zucchero e zenzero dopo la fermentazione che dura qualche giorno danno la ginger beer. In alcune specialità viene aggiunto del limone. La fermentazione viene fatta con delle miscele composte da lieviti e batteri delle quali la più nota è la Ginger Beer Plant (GBP) che si presenta in forma gelatinosa ed è utilizzata nelle versioni che ricalcano le ricette più tradizionali. Nella miscelazione la ginger beer è ben nota per la sua presenza nella preparazione di un drink originario delle Bermuda, il Dark’n’Stormy, e il Moscow Mule.

**Luca Pizzetti**

## LA RICETTA

### DARK 'N STORMY

#### Ingredienti

5 CL GOSLING'S BLACK SEAL BERMUDA RUM

GINGER BEER

SPICCHIO DI LIME ( OPTIONAL)

In un highball colmo di ghiaccio mescolare e miscelare gli ingredienti nell’ordine. Guarnire con uno spicchio di lime (optional) sul bordo del bicchiere per coloro che preferiranno il drink con qualche goccia di lime.

www.sirman.com

forza e potenza  
di un gladiatore



- Bicchiere quadro  
per grandi quantità  
di **ghiaccio** e  
**frutta congelata**

- Ideale per la preparazione  
di frozen, drink o smoothie

- 20 programmi pre-impostati

- Potente motore con  
ventilazione

- 750 watt

# BARMASTER Q

a  **SIRMAN** production

# JERRY THOMAS (3-fine)

## Dal clamore del successo al declino: gli ultimi anni di una vita straordinaria

di **LEONARDO LEUCI**

La pubblicazione del libro di Jerry Thomas fu un evento che cambiò radicalmente il modo di diffondere la cultura del bere miscelato. Le basi per la nascita della miscelazione moderna erano state poste e costruite saldamente sull'esperienza di tutti quei bartender che avevano elevato il concetto di miscelazione negli anni ed ancorate alla storia dal genio di Jerry Thomas e dal suo libro.

La fama del professore crebbe a dismisura, tutti i grandi alberghi degli Stati Uniti presentavano al Professore sontuose offerte di lavoro promettendo guadagni

incredibili al Re dei Bartender. Fu nel 1863 che i fratelli Leland, proprietari del magnifico e rinomato "Metropolitan", offrirono a Thomas la posizione di "Primo Barman" presso "L'Occidental Hotel" di San Francisco.

È quasi certo che furono due i motivi che spinsero Jerry Thomas ad accettare l'offerta. Il primo è sicuramente legato ai sostanziosi guadagni che si prospettavano, cosa che non

lasciava mai indifferente il Professore. Sembra infatti che Jerry Thomas arrivasse a guadagnare l'incredibile cifra di 100 dollari a settimana, l'equivalente del salario del Vice Presidente degli Stati Uniti. Il secondo, non meno importante, fu probabilmente la voglia di Thomas di evitare la chiamata alle armi per la Guerra Civile, giacché preferiva continuare a sviluppare il suo business e la sua carriera senza intralci.

L'avventura all'Occidental Hotel non durò comunque molto. La sua inquietudine lo spinse nel 1864 ad abbandonare San Francisco per approdare in Nevada, a Virginia City, roboante città in ascesa, dove sembra abbia calcato i banchi di alcuni famosissimi Bar dell'epoca come il "Delta Saloon" e lo "Spalding Saloon" e dove forse incontrò il grande Mark Twain, al tempo meglio conosciuto con il vero nome, Samuel Clemens, che cominciava la sua carriera di scrittore in un giornale locale e che sicuramente non disdegnava l'opportunità di potersi deliziare con un drink del già leggendario Jerry Thomas.

Nel 1865, con la fine della Guerra Civile, Thomas torna a New York dove insieme a suo fratello George apre un nuovo locale. Il progetto è importante e questa volta la location è a dir poco strabiliante. Sulla

*"The Bon Vivant's Companion - How to Mix Drinks" gettò le basi per la nascita della miscelazione moderna*





UNA COLORATA  
ILLUSTRAZIONE  
DELL'ATMOSFERA  
DELL'EPOCA

Fifth Avenue, la leggendaria strada che aiuterà a trasformare anche questo nuovo locale in un enorme successo. Dopo solo due anni il bar incassava la straordinaria somma di 400\$ al giorno, un cifra spropositata per l'epoca. Il locale era sontuoso, lussuoso, decorato con dipinti ed opere d'arte di valore, offriva un servizio di prima classe oltre ad i mitici Drinks del Professore. Il bar, naturalmente, non poteva che essere frequentato dall'alta società newyorkese, dai politici e dagli sportivi di successo fino agli artisti emergenti. Personaggi che ogni giorno si incontravano in un bar che venne descritto in un articolo sul famoso Appleton Magazine come "il posto preferito della gioventù dorata americana", un luogo mitico conosciuto in tutti gli USA con echi che arrivavano anche nel vecchio continente.

Con la definitiva consacrazione ed il successo economico Thomas decise di

mettere un po' d'ordine anche nella sua vita privata sposandosi con Henrietta Bergh Waites con la quale ebbe un figlio. Grazie ai suoi successi ed alla sua posizione nella società quello che era ormai un riconosciuto ed affermato business man, un rispettato padre di famiglia ed un vittoriano modello, divenne membro della importante "Wine & Spirit Traders Society" e per non dimenticare le sue origini e lo spirito originario Thomas non disdegnava anche la frequentazione di meno eleganti, ma più divertenti congregazioni come "L'associazione dei Grassi" che frequentava assiduamente (nonostante fosse uno dei più magri).

In quegli anni Jerry Thomas sviluppò un altro grandissimo interesse, quello per l'arte contemporanea. Il suo bar era considerato dagli appassionati un vero e proprio museo. Vi erano esposte le caricature di personaggi famosi dipinte da "Nast" il più

*segue*

famoso e controverso caricaturista del periodo, alle quali si aggiunsero altre opere di grande valore artistico. Jerry Thomas fu egli stesso un egregio pittore. Di lui si ricorda il “Jerry Thomas’s Original Dream” che rappresentava i personaggi più famosi d’America seduti intorno a The Professor.

Nel 1872 i fratelli Thomas, visto l’incredibile incremento degli affitti nel centro di New York, decisero di spostarsi nell’Uptown. Le cose sembravano andare molto bene anche in questa nuova sede. Il nuovo Bar venne presto citato dai maggiori giornali ed incluso in numerose opere letterarie dell’epoca che descrivevano la società moderna newyorkese. Ma, improvvisamente e inaspettatamente, nel 1875 J.Thomas fallì. Cattivi investimenti azionari determinarono una bancarotta e per far fronte alle perdite dovette cedere il bar e successivamente anche tutte le sue amate opere d’arte che vennero vendute a prezzi tristemente bassi e che non permisero al Professore di rimettersi in carreggiata.

Thomas tentò di rientrare nel business girovagando per gli USA in cerca di fortuna ma, stavolta, con

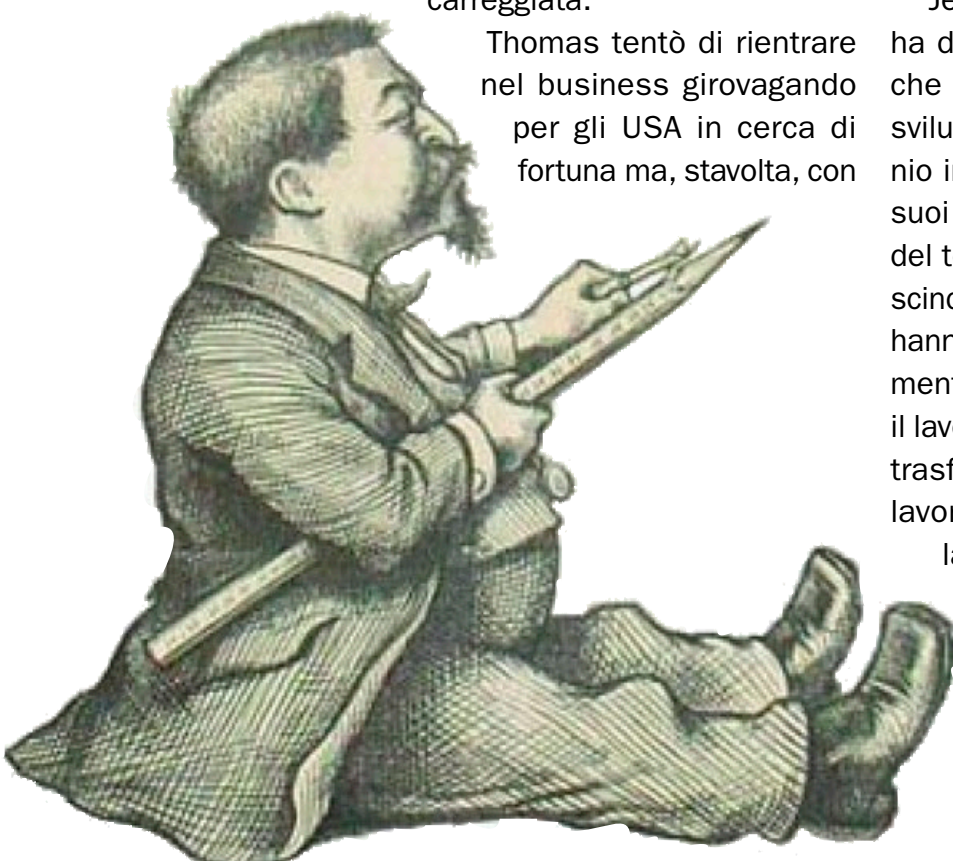
scarso successo. Gestì locali minori e nonostante i suoi grandi progetti, come quello di recarsi a Londra per esportare la conoscenza della miscelazione americana o quello di aprire un nuovo grande bar a Broadway non riuscì mai a tornare ai livelli del suo glorioso passato. Si barcamenò alla meno peggio per finire la sua onorata carriera di bartender ancora New York, prima al “Central Park Hotel” ed infine, nel 1884, nel meno elegante “Brighton Hotel”.

Purtroppo la crisi economica che colpì Jerry Thomas e il suo stile di vita avevano influito in maniera importante sulla sua salute. Il 14 dicembre 1885 Jerry Thomas, dopo essere tornato dal lavoro, muore in casa a causa di problemi cardiovascolari all’età di cinquantacinque anni. Nonostante il declino che lo aveva investito negli ultimi anni la sua morte fece eco in ogni parte d’America. I necrologi che ne decantavano le lodi furono a lui dedicati dai più importanti giornali, a ricordo di una figura indelebile e mitologica.

Jerry Thomas rimarrà il bartender che ha dissetato generazioni di americani e che ha contribuito alla crescita ed allo sviluppo della società americana. Un genio innovatore che con la sua storia ed i suoi insegnamenti ha resistito alla prova del tempo, un punto di riferimento imprescindibile per generazioni di bartender che hanno consapevolmente ed inconsapevolmente portato avanti per più di 100 anni il lavoro Jerry Thomas, il bartender che ha trasformato questo mestiere in uno dei lavori più belli del mondo elevando per la prima volta quel ruolo a principe dell’ospitalità. Oggi e per sempre siamo e saremo sempre grati e debitori a Jerry.

Grazie “Professor”.

**Leonardo Leuci**





Filicori

ZECCHINI



## SUA MAESTÀ VINACCIA (2-fine)

### La grappa: produzione e classificazione

di **FULVIO PICCININO**

Il metodo produttivo della grappa più diffuso in Piemonte è quello delle caldaiette a vapore, mentre nel triveneto il bagnomaria riscuote molti favori. Il bagnomaria piemontese era il metodo, insieme al fuoco diretto, maggiormente

diffuso in passato, ma lo sviluppo della tecnologia gli ha fatto preferire le caldaiette e gli alambicchi continui che permettono di abbassare i costi produttivi.

Le vinacce per la produzione della grappa si classificano a secondo della loro



*La campagna di distillazione della grappa inizia a fine settembre, non appena si conclude la svinatura o torchiatura del vino, e si conclude, tradizionalmente, il giorno di San Giuseppe, il 19 marzo*

terno di tradizionali vasche dette trincee, sigillate con sabbia o vinacce o in moderni budelli di materiale plastico alimentare. Secondo i distillatori è questo processo di fermentazione a donare alla grappa da vitigni bianchi gli aromi così tipici del suo corredo. Le vinacce fermentate si dividono in **semi fermentate**, ovvero raccolte durante la fermentazione, nel caso della produzione di vini rosati o rossi leggeri di pronta beva ed infine le **fermentate**, raccolte dopo la fermentazione e la pigiatura delle stesse, come accade per le vinificazioni in rosso di prodotti importanti. Con queste vinacce si ottengono prodotti dai profumi meno pungenti, decisamente più rotondi, poiché l'alcol è già presente all'interno delle vinacce, al termine del processo di vinificazione. Le cantine ormai si fermano alla prima torchiatura per ottenere il mosto fiore, mentre hanno quasi rinunciato alla seconda.

presenza o meno di alcol. Pertanto in base a ciò, si hanno vinacce vergini e fermentate. Le prime provengono dalle cantine immediatamente dopo la diraspatura dei grappoli dei vitigni bianchi. Per la fermentazione le vinacce vengono pressate all'in-

La campagna di distillazione inizia a fine settembre, non appena si conclude la svinatura o torchiatura del vino, così detto "nuovo" di pronta beva, e si conclude tradizionalmente il giorno di San Giuseppe, il 19 marzo. Le vinacce bianche invece

*segue*



vengono insilate a mano a mano che le vigne vengono vendemmiate, a secondo della grado di maturazione richiesto dalla vinificazione.

La scelta della distillazione continua o discontinua è una delle discriminanti della qualità della grappa e dipende dalla volontà di creare prodotti longevi e ricchi di profumi o prodotti commerciali con buone caratteristiche. La flemma alcolica viene distillata all'interno di una alta colonna che provvede al taglio di teste e code usando dei piatti traforati posti a diverse altezze. Le parti finali delle teste, ricche di esteri, tipici del vino, sono fondamentali per i profumi freschi e fruttati della grappa ed il loro taglio è sempre delicato per l'equilibrio del prodotto finale. Le code vengono tagliate con relativo "ritardo" o ri-distillate, poiché con le loro impurità, detti alcoli amilici, contribuiscono al gusto caratteristico della grappa. Gli alambicchi continui di ultima generazione hanno il vantaggio di avere un costo di esercizio decisamente basso. Da queste colonne, come detto, si possono ottenere grappe ad 86 gradi, il massimo consentito dalla legge. La gradazione ottimale della grappa finita è di circa 75 gradi da vinaccia bianca aromatica e di 78-80 per la rossa.

Il mono vitigno fece fare un balzo qua-



litativo eccezionale alla grappa. Nacquero le grappe definite ,con una terminologia impropria, morbide, ottenute con il Moscato, il Gewurztraminer, e altri vitigni aromatici che donarono i profumi ricchi tipici del vitigno al distillato. Queste grappe non subivano mai invecchiamento in legno, o terzalizzazione, per premiare gli aromi primari e secondari del distillato, ad eccezione di alcune produzioni legate al Moscato. L'affinamento può essere da un minimo di 6 mesi mentre il massimo invecchiamento può arrivare a 20 anni ed oltre, a discrezione del produttore che decide in base alla qualità del distillato di proseguire o meno con l'elevazione. È legale l'aggiunta di glicerina o saccarosio per ammorbidire il distillato nella misura massima del 2%, mentre sono vietate le



IN ALTO E A SINISTRA FASI SALIENTI DEL PROCESSO PRODUTTIVO DELLA GRAPPA



aromatizzazioni, a meno che non siano dichiarate in etichetta, come miele, liquirizia e ruta, un'erba digestiva. È vietato inoltre l'utilizzo di aromi di sintesi, per aiutare il corredo aromatico.

Per legge la grappa non può essere venduta con una gradazione superiore ai 60 gradi alcolici, mentre il minimo è 37,5. I termini in etichetta a definire gli invecchiamenti sono:

- **Grappa giovane o grappa bianca**

riposa per 6 mesi in vasche di acciaio inox, tempo necessario per stemperare l'irruenza giovanile, dove viene refrigerata e filtrata per precipitazione.

- **Grappa affinata in legno**

riposa dai 6 ai 12 mesi in botti grandi da 79 hl, in tonneau da 500 litri o in barrique da 225. Alcuni produttori segnalano in eti-

chetta l'uso dei carati di origine francese.

- **Grappa invecchiata**

matura per 12 mesi ed oltre in botti o barrique e stempera il carattere della grappa, piuttosto spigoloso in gioventù, con gli aromi del legno. Il distillato perde tipicità a favore di una maggiore complessità aromatica fatta di spezie dolci.

Spesso compare anche la dicitura rettificata che significa che la grappa ha subito il processo di rettifica all'interno delle colonne preposte che rendono l'alcol da vinaccia privo di metilico.

**Fulvio Piccinino**



## SCIROPPI: NON SOLO DOLCEZZA

In grani o disciolto, nelle giuste proporzioni, a ciascun drink il suo zucchero

di **GIOVANNI CECCARELLI**

**C**on il termine sciroppo si intende una soluzione formata da uno zucchero (soluto) completamente disciolto in acqua (solvente). Invece con il termine zucchero liquido o sciroppo di zucchero si indica una solu-

zione di acqua e saccarosio dove però lo zucchero deve essere presente per almeno il 62% in peso (Legge 31 marzo 1980, n. 139, art.1). Nel mondo del bar, una semplice classificazione degli sciroppi può essere effettuata in base



## DOSI PER PREPARARE LO SCIROPPO DI ZUCCHERO

METODO	ZUCCHERO	ACQUA	ESEMPIO
Sul fornello	2/3	1/3	Zucchero g 1.000 Acqua g 500
Con lancia a vapore	3/4	1/4	Zucchero g 300 Acqua g 100

al rapporto zucchero/acqua. Le diciture sciroppo 1:1, 2:1, 3:1 ecc. indicano la quantità di zucchero disciolto in acqua (kg di zucchero in litri di acqua).

Come indicato nel precedente articolo "Zucchero: dalla chimica alla miscelazione" il saccarosio, ad una temperatura di 20°C, ha una solubilità in acqua di circa 2000gr/l. Questo equivale a dire che uno sciroppo 2:1 oltre a rientrare appieno nella definizione legislativa di zucchero liquido è anche una soluzione satura. Gli sciroppi con proporzioni uguali o superiori al 3:1 prendono il nome di rock candy syrup e sono soluzioni sovrasature, nelle quali parte dello zucchero disciolto torna in fase solida.

Questi sciroppi possono essere preparati a freddo oppure a caldo. La prima tecnica prevede l'agitazione, a temperatura ambiente, della soluzione fino al completo scioglimento dello zucchero mentre nella seconda tecnica si fornisce calore per accelerare la preparazione, per inattivare alcuni microrganismi e per ottenere rock candy syrup. È facile intuire che nella preparazione a freddo non si può arrivare a concentrazioni di zucchero

superiori a quella di saturazione. Nella preparazione a caldo è sconsigliato portare ad ebollizione lo sciroppo (soprattutto se prolungata) per evitare la parziale caramellizzazione dello zucchero che donerebbe un colore ambrato allo sciroppo, ma anche per evitare l'idrolisi dello zucchero che renderebbe lo sciroppo più facilmente attaccabile dai microrganismi responsabili della fermentazione. La temperatura consigliata è di circa 50/60°C.

Lo sciroppo più funzionale e pratico rimane lo zucchero liquido (ovvero 2:1) perché ha un alto potere dolcificante, non tende a cristallizzare e garantisce un'elevata conservabilità per via della scarsa quantità di acqua e dell'elevata pressione osmotica che genera un ambiente sfavorevole alla proliferazione dei microrganismi. È necessario comunque evitare contaminazioni durante la preparazione: lavare, sciacquare ed asciugare accuratamente il contenitore che conserverà lo sciroppo. Non imbottigliare lo sciroppo caldo al fine di evitare condense e la possibile formazione di muffe. Conservare sempre in frigorifero.

Un altro interessante prodotto è lo sci-

*segue*



**L'ALBERO**  
ESTRAZIONE E  
RACCOLTA  
DELLA GOMMA  
ARABICA

roppo di gomma o gum syrup che vede, oltre a zucchero e acqua, l'aggiunzione di gomma arabica, un colloide idrofilo naturale che stabilizza la soluzione impedendo la cristallizzazione degli zuccheri. Il gum syrup conferisce ai cocktail una consistenza più setosa, a parità di dolcezza, rispetto allo zucchero liquido data la sua maggior viscosità. Tuttavia questa proprietà è influenzata dal PH: in un drink in cui è presente il succo di un agrume come lime o limone, la viscosità diminuisce rapidamente e con essa la sensazione di morbidezza che accompagna questo sciroppo.

Un altro problema che si potrebbe riscontrare con l'utilizzo di questo prodotto è un rilascio meno efficace del flavour in quanto la presenza di idrocolloidi rallenta la diffusione di alcune componenti volatili

verso i recettori olfattivi. In un classico Dry Martini provate ad aggiungere un bar spoon (circa 5 ml) di zucchero liquido o gum syrup. Il cocktail avrà una texture più setosa ed il gusto sarà più complesso (lo zucchero è un esaltatore di sapore). Si consiglia tuttavia di non eccedere nelle quantità per non rendere il drink dolce. La stessa operazione può essere effettuata in un Manhattan preparato con Rye Whiskey.

Concludendo, lo sciroppo dolcifica e attenua l'acidità come uno zucchero in grani ma conferisce una texture più morbida e setosa rispetto a quella tagliente e fresca dello zucchero semolato. Questa caratteristica dello sciroppo non è da considerarsi un pregio in assoluto: a ciascun drink il suo zucchero.

**Giovanni Ceccarelli**

# S40

perfection  
for each  
espresso

## Host

fieramilano, Italy  
18 > 22 October 2013  
Pavilion 11  
Stand L39 L47

**la paziale**

[www.laspaziale.com](http://www.laspaziale.com)

LA PAZIALE



# CHICCHI PREZIOSI

## Harrar, Luwak, JBM: la geografia del lusso della tazzina

di **DAVIDE COBELLI**

I Jamaica Blue Mountain è uno dei più famosi caffè al mondo. Un caffè davvero superiore che dopo molta strada via nave arriva in Europa pronto per essere abilmente torrefatto e deliziare i palati più raffinati. Il Jamaica Blue Mountain è un marchio registrato e per convenzione viene comunemente chiamato JBM.

Quando parliamo di “caffè buono” o del più “buono del mondo” è impossibile non parlare dei più blasonati caffè che di sicuro sono anche i più costosi, ma che forse non sono più buoni di altri caffè praticamente sconosciuti alla massa. Quindi è meglio parlare dei “più costosi” caffè, e in questa categoria possiamo annoverare ad esempio il conosciutissimo Luwak (kopi vuol dire caffè in Indonesiano e dunque non è parte del nome come sempre si sente), un caffè davvero raro fino a pochi anni fa. Questo caffè ha avuto un grande exploit mondiale da pochi anni a questa parte, in concomitanza con la messa in cattività degli zibetti che lo “lavorano”. Quindi la stragrande maggioranza del Luwak che si trova in commercio arriva da allevamenti cosiddetti “in batteria” dove gli animalotti vivono in gabbiette e costretti a mangiare ciò che poi, dopo averlo digerito, espelleranno.

Questa particolare “contaminazione”



da parte degli enzimi presenti nella digestione degli zibetti, dona al caffè un gusto particolarmente rotondo e particolare. Sino a 10 anni fa circa gli animali vivevano nella foresta allo stato brado e ne venivano raccolte le feci che contenevano i preziosi chicchi. Oggi la vera rarità è diventata trovare questo caffè raccolto naturalmente.

Altra particolarità simile riguarda l'Elephant Coffee, stesso trattamento e procedimento degli zibetti ma da uno stomaco molto più grande! Ma cos'è che differenzia una “rarità” dall'altra? Devono coesistere due fattori: la scarsa produzione e l'alta qualità. Più i due fattori si contrappongono e più la materia, da rara, diventa costosa. Questo è anche il caso di altri tipi di caffè



A SINISTRA  
ALCUNE VARIETÀ  
DI CAFFÈ E,  
SOPRA, LA  
RAFFIGURAZIONE  
DI UN LOCALE  
STORICO

come ,ad esempio, l'Harrar, coltivato in Etiopia, culla della scoperta del caffè. L'Harrar è un caffè straordinario che nasce allo stato selvatico nella foresta della Harranna, un posto tanto meraviglioso quanto difficile da raggiungere. I chicchi, se maturi e selezionati a dovere regalano sensazioni di zenzero, frutta rossa, mirtilli, un equilibrio incredibile e una lunga persistenza con un retrogusto vinoso.

Anche lo Yemen, in alcuni casi, regala un caffè con un corpo notevole, una grande morbidezza ed una crema grassa e spessa, un gusto di frutta matura e banane, una persistenza molto lunga. Anche in questo caso è di difficile reperibilità perché gli Emirati Arabi assorbono il 90% della poca disponibilità e il resto del mondo si contende il 10%.

Altri interessanti e preziosi caffè si trovano nelle isole americane come Hawaii e Portorico. Tra questi non si può non citare il conosciutissimo Yauco di Portorico. Lo Yauco stesso è un caffè incredibile. Iniziando dal prezzo, che da verde si aggira dai 30€ al Kg in su e che comporta un prezzo al pubblico che diventa decisamente impegnativo. Lo Yauco è un Caffè ricco di aromi che spaziano dal burro ad una leggerissima nota di confettura di arance e frutta matura. Ma ciò che colpisce sono

la "sciroposità" e la densità con un equilibrio davvero perfetto, grande persistenza e il "grasso" del caffè a farla da padrone.

L'Hawaii è certamente degno di essere in questa lista di caffè speciali. Un caffè con un aroma fine e un sapore ricco, un retrogusto di noce e un acidità comunque elevata. Nella selezione denominata "extra fancy" i chicchi verdi sono bellissimi e perfetti da vedere. Ed infine sua maestà JBM, il caffè jamaicano delle Blue Mountain. Nelle isole Caraibiche il caffè è arrivato nel 1500 con una nave dalla Francia, trafugato dai giardini botanici di Parigi, comandata dal capitano De Celieu che difese quasi con la vita le 2 piante imbarcate, razionando con loro la sua acqua in dotazione per giorni quando la nave era in balia delle onde, il vento era assente in mezzo all'oceano e tutti (piante comprese) rischiarono di morire. Una piantina sopravvisse e una volta sbarcata si acclimatò subito nelle terre d'oltre oceano, a Martinica. Era l'an-

*Tra i caffè  
più rari il Yauco  
di Portorico,  
costosissimo  
(a partire da 30  
euro al chilo),  
sciroposo e denso*

segue



IL GIAMAICA  
BLUE  
MOUNTAIN  
È TRA LE  
MISCELE  
MIGLIORI  
IN ASSOLUTO

no 1720-21. Da un'isola all'altra il passo fu breve.

In Brasile arrivò grazie ad un aiutante ufficiale brasiliano in visita alla Guyana Francese. Qui ricevette in dono dalla moglie del governatore un mazzo di fiori con nascosto al suo interno un germoglio di caffè dal quale, dopo pochi anni, sarebbe nata l'infinita coltivazione che avrebbe reso il Brasile il più grande paese produttore al mondo di caffè.

In Jamaica il caffè approda ufficialmente nel 1730, proprio dalla Martinica dove Sir Nicholas Lawes piantò la prima piantina. Le montagne più alte della Jamaica culminano ad oltre 2200mt (nulla in confronto a vette sopra i 4000, alle pendici delle quali, viene coltivato il caffè in Tanzania, Etiopia o Nepal), e sono certamente sufficienti per regalare un prodotto davvero equilibrato. Il top del raccolto è l'unico che si può fregiare della dicitura "Jamaica Blue Mountain" e viene coltivato tra i 914 e i 1676mt di altitudine. Nel caso delle Isole Caraibiche, più genericamente,



i caffè prodotti sono sempre molto dolci aiutati dalla bassa altitudine a cui vengono coltivati, salvo alcuni casi eccezionali.

Allora perchè il Caffè della Jamaica è così buono? Dicono dipenda da tre fattori distinti: il terreno, carico di nutrienti e di derivazione lavica, l'altitudine a cui è coltivato e la lavorazione che subisce una volta raccolto. La zona montagnosa in cui viene coltivato il Caffè è ricoperta di nuvole per molto tempo e le precipitazioni sono molto scarse. Ma il clima è sicuramente ideale per la crescita e una lunga maturazione (che in Jamaica ci mette il doppio rispetto ad altri paesi) della drupa. Il risultato è un



chicco più grande, pressoché perfetto nella forma, e con una maggiore complessità di sapori e aroma. Solo alcune produzioni della Jamaica, in zone con la giusta altitudine e con il tipo di terreno adatto, possono essere commercializzate con il nome di Jamaica Blue Mountain. Sotto i 914 mt ad esempio si chiamerà Jamaica High Mountain, sotto ancora Jamaica Supreme Coffee. Lo stesso rigido disciplinare vale per la lavorazione. Oltre alla spolpatura delle drupe e al lavaggio in vasca (che conferisce il colore azzurro ai chicchi), il caffè viene lasciato riposare per alcune settimane prima di poter essere commercializzato. Negli ultimi decenni la Jamaica è stato un paese con un forte intuito per gli affari in questo settore.

Il Giappone importa la maggior parte della raccolta di JBM con contratti già definiti da anni e regolamentati per legge,

il resto del mondo invece si contende la piccola parte rimasta del raccolto di grande qualità.

Un altro accenno vale la pena farlo sulla selezione, come per la Colombia, anche in Jamaica esiste un organo controllore della qualità che è il Coffee Industry Board, il cui compito è quello di controllare che sul mercato sia posto solo ciò che rispetta i requisiti richiesti. Per ultimo, compreso nel marketing, il trasporto. Il JBM non viene messo in volgari e banali sacchi di juta, ma bensì in raffinati ed eleganti barili di legno bianco. Le zone di produzione sono state individuate in: Saint Thomas, Saint Andrew, Saint Mary e Portland, che si trovano tutte alle pendici delle Blue Mountain nella regione a nord di Kingstone e a sud di Port Maria. Sono pochi i produttori possono fregiarsi del rinomato nome e sono: Wallenford, Mavis Bank, Old Tavern e Moy Hall e Silver Hill, in ultimo anche Old Tavern Estate, e che hanno registrato il marchio in questione.

Il Jamaica Blue Mountain è un Caffè insolitamente corposo senza eccessi, con la totale assenza di difetti, molto dolce, assolutamente non amaro anche in tostature poco più spinte (quelle al 2° crack per intenderci), con un buon gusto di nocciola e aroma di fiori. Bisogna dire che la gestibilità di caffè speciali e costosi come questi non è da sottovalutare. Il caffè ha un suo ciclo vitale ben definito (e breve!) da quando viene tostato in poi. I primi giorni il caffè matura nei sacchetti, ma dopo poche settimane diventa vecchio, perde le sue migliori qualità come corpo, persistenza, aromi e diventa piatto, anonimo, poco persistente. Nel caso di caffè speciali e costosi, controllo e gestione assumono ancora più rilevanza.

**Davide Cobelli**

# LA SOTTILE LINEA ROSSA

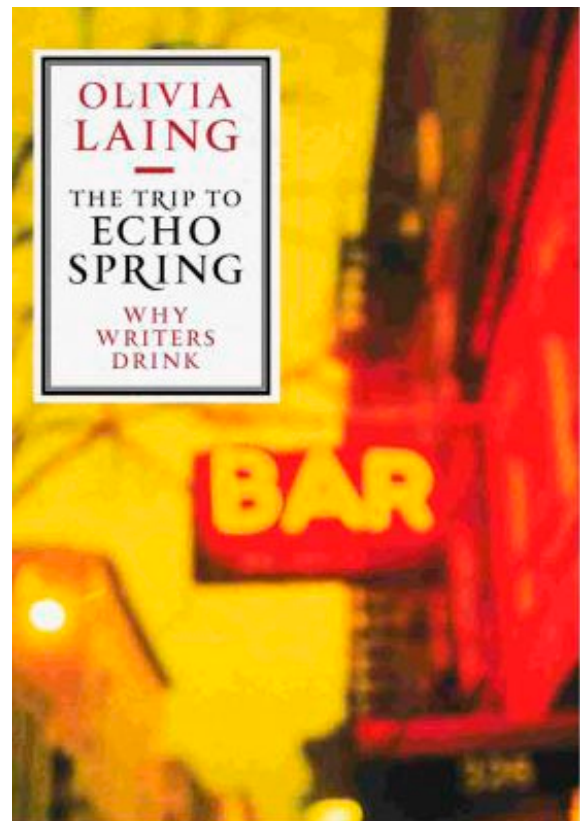
## The trip to Echo Spring-Why writers drink

Olivia Laing

Canongate Books - pp. 284, £. 13.20

**P**erché alcuni dei più noti capolavori letterari sono stati scritti sotto l'ebbrezza dell'alcol? In altre parole: bere aiuta a scrivere? E quale sarebbe, a patto che esista, il legame che stringe insieme alcol e creatività? Se lo chiede con spirito critico e prosa accattivante Olivia Laing attraverso il lavoro e la vita di sei scrittori straordinari: F. Scott Fitzgerald, Ernest Hemingway, Tennessee Williams, John Berryman, John Cheever e Raymond Carver. Che, notoriamente anche grandi bevitori, diventano i protagonisti di "The trip to Echo Spring-Why writers drink", un viaggio (Echo Spring, etichetta di un bourbon whiskey, è una citazione da quel celebre dramma di Tennessee William che è "La gatta sul tetto che scotta") nelle vite leggendarie e nei luoghi in cui hanno vissuto e bevuto quei talenti ad alto tasso etilico.

Nessuna apologia, sia chiaro. Olivia Laing che proviene da una famiglia segnata dall'alcolismo conosce bene miserie e sofferenze subiti da chi è vittima di una dipendenza che deforma e umilia. La sua è piuttosto un'indagine originale e coraggiosa, a volte un tanto nostalgica, malinconica, condita da riferimenti scientifici (c'è anche una relazione che stabilisce una precisa causalità tra trauma infantile e abuso di sostanze) che pone più di una domanda, più di un dubbio su quanto creato grazie all'alcol e quanto prodotto nonostante



l'alcol. In fondo "perché un uomo beve? – si chiedeva Tennessee Williams – Per due motivi, separati o insieme. 1) Ha una paura fottuta di qualcosa. 2) Non è in grado di affrontare la verità".

Chi può dirlo? Che sia la paura del fallimento o la noia pura a indicare a molti grandi scrittori la via della bottiglia? Nell'incertezza, la Laing spazza via il mito dello scrittore alcolizzato rivelando una volta di più il terribile prezzo che sempre in quel caso si tributa alla creatività.

**Melania Guida**



**ALESSI**

**arob@se**  
marketing  
& turismo

  
**BISOL**  
VITICOLTORI  
IN VALDOBBIADENE

  
BONAVENTURA  
MASCHIO



**CAMPARI**

**Derby**  
blue

**DIAGEO**  
ITALIA

**DISARONNO**

**FABBRI**  
1905

*Finest*  
**CAL**  
Premium Cocktail Mixes

 **FiveSenses**  
by M&D DRINK

SPEZIALBIER-  
BRAUEREI  
**FORST**  
BIRRA-BIÈRE-BEER-BIER

  
**GANCIA**

**GARNET**  
*Europe*

 **ghiaccio**  
express.com  
...il servizio del pronto ghiaccio

**LA SPAZIALE**  
espresso coffee machines

**LUXARDO**

**MARTINI**

  
**parmalat**

**PARON**  
ARREDAMENTI

  
Pernod Ricard Italia

**PIAZZA**

**RCR**  
CRISTALLERIA  
ITALIANA

**Red Bull**  


DAL 1937  
  
**RINALDI**  
IMPORTATORI

  
**RONER**

  
**SAICAF**  
Il caffè

  
**SANPELLEGRINO**  


  
**SIRMAN**

**SPANINO**  
www.spanino.it

  
**TOPWINES**  
Importazione e distribuzione vini & spiriti

**TOSCHI**  
VIGNOLA

**ZF**

  
**VELIER**

**UOLARE**



**BULLDOG**  
LONDON DRY GIN



**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.