

# BarTales

N. 1 | AGOSTO-SETTEMBRE 2013

*Vermouthmania*  
IL RITORNO  
DEGLI APERITIVI  
A BASE DI VINO

*Franco Gasparri*  
FACCIA A FACCIA  
CON  
MISTER SCOTCH

**SANGUE MORLACCO**  
IL LIQUORE CUPO CHE D'ANNUNZIO  
BATTEZZÒ ALLA MENSA DI FIUME



JGASCO.IT



**PREMIUM  
GINGER**

**PREMIUM  
INDIAN TONIC**

**PREMIUM  
CEDRATA**

**PREMIUM  
GINGER BEER**

**PREMIUM  
GINGER ALE**

**PREMIUM  
LEMONADE**

ITA

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

Un gusto internazionale, ottimo compagno dei migliori cocktail.

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

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

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

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

ENG

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

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

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

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

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

*A unique taste from our carefully selected lemons.*

FRA

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

*Le goût international qui accompagne vos meilleurs cocktails.*

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

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

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

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

DE

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

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

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

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

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

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

SPA

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

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

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

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

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

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

JAP

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

世界中で知られているドリンク。カクテルとミックスするのに最適です。

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

ジンジャーの持つ独特な香りが特徴の、古くから伝わる伝統のレシピです。

上質の味わいを楽しみたい方のための洗練されたイギリスの香りです。

厳選された上質のレモン味です。

COD. EAN

8 056736 060032

8 056736 060049

8 056736 060025

8 056736 060063

8 056736 060056

8 056736 060018

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

Tray - 24 BT X 20.CL

Plateaux - 24 BT X 20.CL

Tablette - 24 FL X 20.CL

Bandejas - 24 BT X 20.CL

1トレイあたり24本  
(1本あたり20cc)

**84 vassoi per pallet**

84 trays per pallet

Palette à 84 plateaux

84 Tablette pro Tablette

84 bandejas por pallet

1パレットあたり84トレイ

**12 vassoi per strato**

12 trays per layer

12 plateaux par couche

12 Tablette pro Schicht

12 bandejas por estrato

1段あたり12トレイ

**Peso Cartone: 8,64 Kg**

Carton Weight: 8.64kg

Carton: poids 8,64 Kg

Kartongewicht: 8,64 kg

Peso por cartón: 8,64 Kg

1箱あたりの重量: 8.64Kg

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

Pallet Weight: 755kg approx. (pallet included)

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

Paletgewicht: ungefähr 755 kg (einschließlich Palette)

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

パレット重量: 約755Kg(パレット込)

J.Gasco srl

Largo Borgarelli, 44  
15057 Tortona (AL) Italia

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

P.IVA 10873780018  
info@jgasco.it



10



14



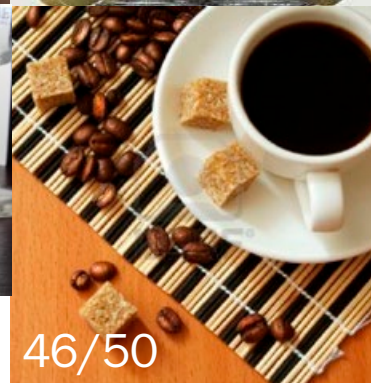
22



26



40



46/50

- 5** L'editoriale di Melania Guida  
ALLA RICERCA DEL TEMPO PERDUTO
- 7** Il saluto dei presidenti  
LA FORMAZIONE PROFESSIONALE  
UN'ESIGENZA PRIORITARIA
- 8** News DAL MONDO
- 10** Face to face di Melania Guida  
MISTER SCOTCH FRANCO GASPARRI
- 14** Trend di Fabio Bacchi  
VERMOUTHMANIA, IL RITORNO  
DEGLI APERITIVI A BASE DI VINO
- 22** Focus on di Terry Spacey  
BENVENUTI AL PALMER & CO.
- 26** Cocktail story di Raimondo Lullo  
L'ULTIMA STRUGGENTE NOTA DI JAZZ
- 30** Liquid story di Fabio Bacchi  
SANGUE MORLACCO
- 36** Bar story di Leonardo Leuci  
VITA E AVVENTURE DEL BARTENDER  
JERRY THOMAS/2
- 40** Hot spirit di Fulvio Piccinino  
SUA MAESTÀ VINACCIA
- 46** How to mix di Giovanni Ceccarelli  
CRISTALLI DI GUSTO
- 50** Ritual drink di Davide Cobelli  
MOCHA EXPRESS
- 54** Book corner di Leonardo Leuci  
GLI IMPERDIBILI DRINK DI TONY

**BarTales**

N. 1 | AGOSTO-SETTEMBRE 2013

DIRETTORE RESPONSABILE

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

**Fabio Bacchi**

(fabiobacchi@bartales.it)

ART DIRECTOR

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giovanni Ceccarelli, Davide Cobelli,  
Leonardo Leuci, Raimondo Lullo,  
Fulvio Piccinino, Terry Spacey**

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**

www.ingimage.com (con elaborazione grafica)

© COPYRIGHT

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

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

# ALLA RICERCA DEL TEMPO PERDUTO

**C**entocinquanta anni fa nasceva Gabriele D'Annunzio. C'è una storia avvincente che lega le sorti della Luxardo, una delle più antiche aziende europee produttrici di liquori, al principe di Montenevoso. Un racconto che intreccia i rapporti d'affari e d'amicizia tra lo zio del Poeta e Giacomo Luxardo, la Marcia di Ronchi e il "Cervo d'oro", la locanda che il "Vate" ribattezzò "All'Ornitorinco". È "Sangue Morlacco" (a pag. 30) il liquore cupo che D'Annunzio battezzò alla mensa di Fiume. Un cherry brandy di marasche (il nome deriva da quello di un'antica popolazione delle Alpi Dinariche) che come la proustiana "madeleine" ci riporta indietro in un passato sopito. Quello della memoria spontanea, involontaria, che per un'associazione casuale, analogica e improvvisa rimescola odori

e colori, sensazioni e sentimenti, quasi una balsamica "intermittenza di cuore", alla ricerca del tempo perduto. Affiora allora nitido il ricordo del "Punt e Mes". È al centro della credenza di palissandro della sala da pranzo di mia nonna. Non era solo, c'erano altri liquori, ma aveva più successo degli altri. O almeno così ricordo, magari forzata dall'attrazione curiosa e al tempo incomprensibile di quel "punto di amaro e mezzo di dolce" dell'etichetta rossa e bianca. Il celebre "Carpano" e le dolcezze di nonna Elena ritornano prepotenti sollecitati da "Vermouthmania", la tendenza (a pag. 15) che riporta in auge gli "aperivini", passatemi il neologismo, gli aperitivi a base di vino che oggi vivono una seconda giovinezza grazie alla versatilità aromatica opportunamente funzionale alla miscelazione. Un ritorno al passato che non è solo un conciliante balsamo per la mente e il cuore ma la rotta precisa del mercato e dei consumi. Ce lo conferma l'incontro con Franco Gasparri (pag.10) Master Ambassador Diageo e uno dei massimi esperti di Scotch, che ne è certo: il futuro è dei distillati. Soprattutto se con un blend eccellente e in un

decanter "ottocentesco" come il lussuosissimo John Walker e Sons Odyssey. Nel dubbio, date uno sguardo al Sazerac (pag. 26) testimone glorioso del successo in ascesa delle ricette vintage. "Sua Maestà Vinaccia" (a pag. 40), l'affascinante excursus della grappa, una storia di fatica e saggezza contadine, ne è conferma ulteriore.



# STORICO VERMOUTH DI TORINO



# COCCHI ASTI



# LA FORMAZIONE PROFESSIONALE UN'ESIGENZA PRIORITARIA

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

Gentili lettori,  
con grande piacere ci ritroviamo per un nuovo numero di BARTALES.

AIBES affonda le sue radici, traendone continua linfa vitale, in professionalità, esperienza e competenza. In un mercato nel quale improvvisazione e pressapochismo mercenario sono tratti caratteristici di alcuni presunti operatori di settore, AIBES si salda ancor più tenacemente al pilastro fondamentale che è suo principio statutario da 64 anni: l'elevazione e la formazione professionale della figura del bartender.

La realtà che incontriamo quotidianamente si riflette nell'offerta del prodotto bar italiano, spesso privo di quella caratura professionale e dell'appeal commerciale che gli sono necessari.

AIBES, negli ultimi 25 anni, ha avviato un percorso formativo volto allo sviluppo delle figure professionali di settore, evidenziando come solo la ricerca e il progressivo miglioramento della qualità siano l'unica e imprescindibile strada da percorrere per chi opera nel nostro settore.

Con grande orgoglio AIBES si pregia di vedere molti dei suoi corsisti, associati e non, inseriti sistematicamente nel mercato produttivo, in strutture di grande prestigio, in veste di imprenditori a capo di una propria attività, e, comunque, inseriti a tempo pieno nel tessuto sociale del nostro settore.

Il nostro impegno nel mantenere sempre ben radicato il messaggio di eccellenza legato alla professione del bartender, si manifesta, oggi più che mai, anche attraverso BarTales.

È proprio attraverso queste pagine che vogliamo evidenziare come, nello scorso maggio, si sia tenuta la prima sessione di training per i formatori ufficiali AIBES.

Il meeting, accompagnato dalla prestigiosa presenza di istruttori di levatura internazionale come Giorgio Fadda, Leonardo Leuci, Fabio Bacchi, Andrea Balleri, Mauro Mahjoub, Jorge Alberto Soratti e Davide Cobelli, ha avuto una valenza tecnico-professionale di notevole prestigio.

Dato il successo di questo primo training, con grande soddisfazione siamo lieti di annunciare una nuova edizione, differente per location, ma qualitativamente identica per eccellenza di contenuti.

Dal prossimo 20 ottobre e fino al 26, si svolgerà a Rimini la seconda edizione del corso di formazione per formatori AIBES.

Rispetto al passato si intensifica, dunque, questa attività di prioritaria importanza per AIBES. La formazione è il passaporto per viaggiare verso un futuro dove affrontare le sfide di un mercato di consumatori sempre più esigenti ed informati. AIBES, con serenità ed impegno si farà trovare pronta e reattiva.

Con la ferma convinzione che sulla strada per eccellere non esistono limiti di velocità, sappiamo che BarTales è un'ulteriore opportunità per una continua e proficua crescita personale e professionale. Un'altra occasione per fare sentire AIBES vicina a tutti bartender.

**Pietro Attolico**

*Presidente Aibes Promotion Srl*

**Andrea G. Pieri**

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

## ARBEG NEW RELEASE

Si chiama Ardbog l'ultima limited edition di casa Ardbeg. Un whisky con un contenuto ABV di 52,1° ispirato dal tipico nome delle torbiere di Islay, con un nuovo mix di aromi combinati con le classiche e intense note di cuoio, toffee e fumo. Ardbog, non filtrato a freddo, matura per dieci anni in botti di quercia bianca americana usate per l'invecchiamento di bourbon e in quelle spagnole utilizzate per lo Sherry Manzanilla. Passaggi efficaci a conferire al prodotto una texture distintiva e delicatamente salata.



## LA CINA RICONOSCE LO CHAMPAGNE

La Cina è vicina. Anche allo Champagne che il governo cinese ha riconosciuto come prodotto di indicazione geografica protetta. Una norma che permetterà alle autorità competenti di contrastare eventuali frodi commerciali. Perché la Cina è il mercato con la crescita più veloce per il consumo di bollicine. Nel 2012 c'è stato un incremento di consumo del 51,8% sul 2011 con la spedizione di oltre due milioni di bottiglie che ha reso così il mercato cinese il quinto più importante al di fuori della Comunità Europea.

## PROFUMI D'ORIENTE

Ginepro, grani del Paradiso, scorza di limone, bacche di cubeb, semi di coriandolo, radice di angelica, mandorle amare, giaggiolo e liquirizia. È il sapido mix del nuovo Bombay Sapphire East, versione "orientale" dello storico London Dry Gin. Profumatissimo grazie all'aggiunta di citronella, lemongrass thailandese e pepe nero del Vietnam che donano al distillato particolare morbidezza e singolare intensità. Nato dalla collaborazione di Duggan Mc Connell mixologist, Anita Lo, chef e il Bombay Master of Botanicals Ivano Tonutti, "Bombay Sapphire East" viene ottenuto grazie a un particolare processo d'infusione: l'alcol riscaldato che sotto forma di vapore passa nell'alambicco attraverso i botanicals disposti a strati.





## MITICI RITORNI IL NUOVO CORSO DI ANNANDALE

Riapre finalmente "Annandale". Dopo la chiusura nel 1919, rischiederà i battenti (data ufficiale, l'inizio del 2014) la storica distilleria costruita nel sud della Scozia nel 1830 e acquistata poi da Johnny Walker nel 1893. Due anni fa i lavori di restauro che a breve saranno completati. Indiscrezioni anche sul nuovo whisky: affumicato e fenolico proprio come un tempo. Dopo la riapertura riprenderanno i leggendari tour della distilleria, le degustazioni e le visite didattiche.



## PERFEZIONE E DESIGN JACQUART

Nuova stagione creativa per Jacquart con la nuovissima Cuvée Alpha che segna il punto di partenza per la ricerca della perfezione estrema del prestigioso Champagne. Non a caso il nome "Alpha" che nel greco antico contrassegna la prima lettera dell'alfabeto. La prima *release* della Cuvée Alpha fa riferimento alla vendemmia 2005: un'annata con inverno fresco e secco, un giugno ben soleggiato, una serie di precipitazioni leggere in estate e un settembre nuovamente caldo. Le condizioni climatiche ideali per ottenere grandi uve. Il risultato? Uno champagne dalla *texture* ampia, elegante e finissima imbottigliato con un design che privilegia i colori bruno, a ricordare il sontuoso *terroir* della regione e l'oro in sintonia con il logo Jacquart.



## STELLETTE PER BUFFALO

La celebre distilleria Buffalo Trace è stata insignita dell'importante riconoscimento USA che distingue tutto ciò che è di interesse nazionale. La sua evoluzione architettonica, le sue risorse umane e materiali, l'impatto ecologico, la sua storia e produzione sono stati oggetto di continuo miglioramento nel corso della sua storia. Il CEO di Buffalo Trace, Mark Brown, ha dichiarato che niente altro avrebbe potuto farlo così felice come questo celebre riconoscimento.



**BUFFALO TRACE**  
KENTUCKY  
STRAIGHT BOURBON  
WHISKEY



## MISTER SCOTCH

### Rotta sul whisky con Franco Gasparri

di MELANIA GUIDA

**C**onfesso che qualche imbarazzo ce l'ho, io che non amo il whisky (eccezion fatta per qualche sorso occasionale di Port Ellen), a parlare di acquaviti con uno dei più stimati conoscitori di scotch. Ma Franco Gasparri,

Master Ambassador della Diageo e "Keeper of the Quaich", letteralmente chi "tiene la coppa" (di whisky) simbolo di un'onorificenza che fregia solo 1.500 esperti in tutto il mondo, ha la gentilezza rilassata di chi ha fatto lunga strada costruendo



IL DECANTER  
DA CROCIERA  
DEL NUOVO  
JOHN WALKER  
& SONS  
ODYSSEY

una carriera brillantissima, passo dopo passo, senza mai trascurare quell'empatia relazionale che, spirits a parte, è l'anima vera della sua professione. Accompagna perciò la mia inesperienza in una degustazione virtuale discettando con semplicità erudita di single e triple malt, di single grain e blended malt e di quella passione coltivata da ragazzo quando per mantenersi alle superiori decise di infilare la giacca bianca da barman.

Studio e lavoro, fino in fondo alla laurea in Scienze Politiche. «Ci vuole fortuna – minimizza con elegante nonchalance – e poi erano altri tempi». Quelli che lasciavano

al barman due giorni di fila di libertà, il martedì e il mercoledì sovente, la giusta pausa per riprendere fiato, approfondire interessi, progettare il futuro. Che per il giovane Gasparri si traducono quasi subito in una spiccata propensione alla conoscenza delle etichette e alla divulgazione della tradizione dell'acquavite. Del resto fu sua l'idea di raccontare i whisky- Talisker, Lagavulin, Dalwhinnie, Oban – sotto forma di collezione (la celebre Classic Malts Selection) e attribuire così a ognuno un'identità forte per poi presentarli al pubblico in forma di degustazione.

In coppia con Angelo Matteucci speri-



menterà, così, la formula malts & food, abbinamenti di gusto e whisky dinner, in cui i malti si sposano a piatti locali e

*Master Ambassador è chi accompagna le degustazioni, spiega come si produce il whisky e ne diffonde la cultura*

le interpretazioni di chef stellati incontrano la tradizione scozzese. Un format collaudato e di successo. Il resto è la scalata in Diageo, leader mondiale nel mercato degli alcolici. «In azienda sono dal 1993. Ora il mio incarico è raccontare cosa c'è

nella bottiglia, la storia di quel whisky e della distilleria».

**Master Ambassador: una carica di prestigio. Che significa esattamente?**

«In un certo senso il ruolo del Master Ambassador assomiglia al Keeper of the Quaich: è colui che, in qualità di esperto e intenditore, accompagna le degustazioni, spiega come si produce il whisky, in genere racconta storia e tradizioni dei superalcolici e ne diffonde la cultura».

**L'ultimo nato è il John Walker & Sons Odyssey lanciato dal John Walker & Sons Voyager, il veliero che sta ripercorrendo le memorabili navigazioni epiche di Johnnie Walker nel mondo. Un nuovo triple malt?**

«Un whisky eccellente con un blend di tre distillerie diverse. Esclusivo, di nicchia, fa parte della linea Reserve e nasce per commemorare l'ottantesimo anniversario di una delle più grandi innovazioni di Sir Alexander Walker: un decanter pensato per essere utilizzato sulle navi



da crociera di lusso e che si muove in modo da accordarsi al movimento del mare. Dondolando senza cadere mai».

**Lei è il responsabile in Italia per la World Class. Che opportunità rappresenta questa competizione?**

«È il primo concorso che ha puntato sulla professionalità del barman. Facendone un protagonista del mondo del bar al pari degli chef per la cucina».

**Non si rischia in questo genere di competizione un eccesso di protagonismo che scollega il bartender dalla realtà di appartenenza?**

«Nei limiti opportuni, un po' di sano protagonismo direi che non guasta. In fondo la World Class offre al barman un'occasione per costruirsi una dimensione internazionale. Non dimentichiamolo».

**Il suo barman ideale?**

«Allegro, fundamentalmente. Rilassato e ospitale. Uno che fa bene il suo mestie-



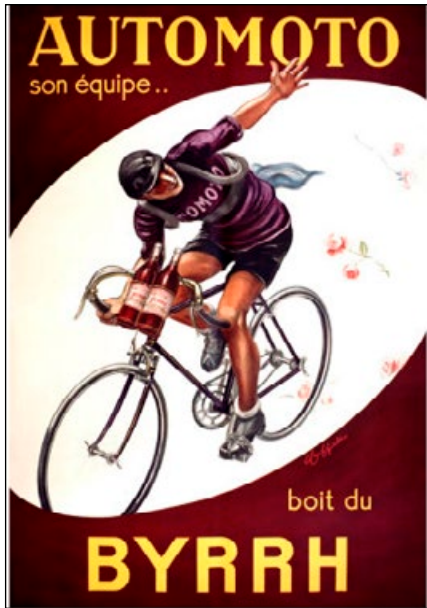
IL JOHNNY  
WALKER &  
SONS VOYAGER  
RIPERCORRE LE  
NAVIGAZIONI  
EPICHE  
DI JOHNNY  
WALKER

re senza essere serio, senza prendersi troppo sul serio. "Friendly" e intuitivo, capace di intercettare le esigenze del cliente orientandolo verso un bere consapevole e di qualità».

**Come si indirizzeranno i consumi del futuro?**

«Se lo sapessi... potrei farci una fortuna. In ogni caso, la direzione è quella della leggerezza. Penso, al trionfo dello Spritz, per esempio e ai cocktail alla frutta che avranno sempre più successo. In linea con l'idea di un bere meno alcolico ma sempre con appeal, almeno per la fascia dei più giovani. Per il target più agée, invece, non ho dubbi: il futuro sarà dei distillati».

**Melania Guida**





**MARCHI D'ANTAN**  
 LA FEBBRE DEL VERMOUTH  
 HA RILANCIATO  
 LE STORICHE ETICHETTE  
 DELLE BOTTIGLIE  
 PIÙ FAMOSE

# VERMOUTHMANIA

## Il ritorno degli aperitivi a base di vino

di **FABIO BACCHI**

**E**sistono da quando esiste il vino. Hanno avuto il loro momento di gloria alla fine dell'800 e per una buona parte del XX secolo. Alcuni sono stati dimenticati, altri prosperano. Oggi i vermouth vivono una seconda gio-

vinezza grazie ai bartender che ne hanno riscoperto il fascino e la complessità aromatica nella miscelazione.

Fu il greco Ippocrate, il padre della medicina antica, il primo a declinare il vino elaborando macerazioni e miscele

che sarebbero arrivate sino al Medio Evo con il nome di vini ippocratici. Il greco utilizzava soprattutto l'artemisia. I romani scelsero spezie e erbe più mediterranee come timo, salvia, rosmarino e mirto.

Durante il Medio Evo i mercanti veneziani avrebbero importato e commercializzato nuove spezie dalle terre di Asia e Africa: cardamomo, cannella, curcuma dall'Africa, la vaniglia dalle Antille, la china dalle Ande. Nel corso del 1800 apparvero sul mercato molti piccoli produttori che elaborarono ricette famigliari, ma avrebbero presto lasciato spazio ai grandi marchi che andavano imponendosi.

In Francia: Ambassadeur, Dubonnet, Lillet, Dolin, Saint Raphael, Noilly Prat. Cocchi, Cora, Martini & Rossi, Cinzano, Carpano, Gancia, in Italia.

La riscoperta delle ricette vintage, da parte delle nuove generazioni di bartender di tutto il mondo, ha stimolato la rinascita e l'attenzione verso questi prodotti. L'elaborazione a base di botanical ricercati, il rispetto dell'autenticità tradizionale di produzione, il loro look a volte desueto e poi modernizzato, la complessità aromatica di questi prodotti, hanno oggi raggiunto il più alto picco di interesse da parte dei bartender professionisti che spesso decretano il successo o la caduta di alcuni brand, nell'uso in miscelazione, sino a influenzare il consumo anche tra le mura domestiche.

Questa vera e propria febbre del Vermouth ha spinto

molti produttori, soprattutto i francesi, a rivedere i loro prodotti con una nuova attenzione. Pernod Ricard ha elaborato una nuova versione premium di Byrrh con un packaging molto retrò, Dolin (Distretto di Chambery) è riapparso sugli scaffali dei bar più importanti e, contemporaneamente, ha rilanciato Bonal in USA. Analogamente in Italia, per il Vermouth di casa Cocchi e per un altro prodotto come l'Americano a base di vino Moscato. È importante ricordare che ultimamente scelte commerciali adottate dai player di mercato più importanti hanno portato a rivedere il contenuto ABV, con conseguente confusione da parte di alcuni addetti ai lavori, sull'attribuzione del termine Vermouth in base al disciplinare di produzione.



## CINZANO

Creato nel 1757 da due fratelli erboristi, Giovanni Giacomo e Carlo Stefano Cinzano, è uno dei più anziani brand italiani. Elaborato con una trentina di piante aromatiche di origine europea (principalmente alpestri) e asiatica tra cui maggiorana, timo, dittamo di Creta, cannella, genziana, camomilla, scorze di agrumi e altre, esiste nelle versioni extra dry, bianco e rosso. Il brand, dopo vari passaggi di proprietà, è oggi inserito nel gruppo Campari. Cinzano rosso comprende una miscela di circa 30 botaniche, aroma di prugne, boschivo, floreale, speziato e leggermente amaro. Il bianco è più mediterraneo.



neo, agrumato e vanigliato. Nel 2003 fu creato per il mercato francese Cinzano Arancio, nuova referenza con estratti di arancia, bouquet con note di caramello e confettura di arance. Esiste anche una versione al limone, Limetto.

## CARPANO

Un altro torinese, Antonio Benedetto Carpano, sperimentava delle lavorazioni dei vini bianchi piemontesi con macerazioni e distillazioni per renderli più dolci. Il successo fu immediato e tale che la bottega dove Benedetto Carpano lavorava, in Piazza Castello a poca distanza

dal Palazzo della Borsa, fu costretta a rimanere aperta 24 ore su 24. I clienti consumavano il loro Vermouth spesso corretto con una punta di china, vaniglia o bitter. Leggenda vuole che un giorno del 1870 la Borsa di

Torino avesse guadagnato un punto e mezzo, “punt e mes” in dialetto piemontese, e che un agente avesse ordinato un vermouth con una punta di china indicando le dosi della miscela con un tipico gesto manuale degli addetti ai lavori. Il termine dialettale “punt e mes” sarebbe rimasto consuetudinario per indicare la miscela di Vermouth e china che poi sarebbe stata confeziona-



ta e commercializzata con l'omonimo nome, Punt & Mes. Altro prodotto di casa Carpano è Antica Formula, Vermouth storico la cui composizione si rifà direttamente alla ricetta del suo creatore.

## NOILLY PRAT

Lyon, inizio del XIX secolo. Joseph Noilly osservava i fusti di vini accatastati sui ponti delle navi pronte a partire o che arrivavano da varie destinazioni. Capì ben presto che durante questi viaggi il vino doveva assumere complessità aromatiche uniche. In base a questa ispirazione mise a punto la ricetta di un Vermouth molto complesso e la depositò. Trenta anni più tardi suo figlio Louis, con l'aiuto di Claudius Prat, il direttore commerciale, realizzò il sogno del padre impiantando uno stabilimento su dei terreni municipali comprati a prezzo simbolico. Per l'elaborazione di questo Vermouth si utilizzano uve Picpoul e Clairette, i cui vini vengono invecchiati in botti di quercia canadese che, grazie al loro colore chiaro, non donano tinte forti al vino. Dopo circa un anno il vino viene travasato in botti di quercia Limousin che verranno esposte a cielo aperto alle intemperie con una perdita di prodotto in evaporazione tra il 6% e 8% circa. Dopo un ulteriore travaso viene aggiunta della mistelle al vino. Inizia quindi la miscelazione con un composto di 49 piante provenienti da tutto il mondo. La macerazione dura 3 settimane circa. Noilly Prat Vermouth ha due “fratellini”: Il Noilly Rouge creato nel 1956 e l'Ambrè del 1986.





## DOLIN

Nel 1814 Joseph Chavasse, liquorista e distillatore, creò una distilleria a Echelles, in Savoia. Nel 1821 elaborò un Vermout (senza h) con dei vini bianchi regionali, pinte e spezie, ispirandosi ai prodotti dei vicini torinesi. Qualche anno dopo Luis Ferdinand Dolin sposò la figlia di Joseph Chavasse, Marie Rosalie, e aprì una nuova “vermouterie” a Chambery. Nel XIX esistevano molti produttori a Chambery e spesso il vino veniva consumato unito a del liquore di fragola. I Vermouth di Chambery si distinsero e si fecero conoscere con le esposizioni universali. Il processo di produzione di Dolin rimase praticamente immutato per il bianco, il rosso e il dry con l'utilizzazione di una quindicina di piante regionali come il sambuco e la salvia. Altro prodotto tipico

di Dolin è l'aperitivo Bonal, a base di genziana, china e altre piante del massiccio della Chartreuse, creato circa 150 anni fa. Bonal ha un gusto leggero ma soave e la composizione della sua mistelle è molto particolare.

## DUBONNET

Nasce a Parigi nel 1846 vicino Place de l'Opera. Durante le guerre di colonizzazione del Secondo Impero Joseph Dubonnet elaborò la ricetta di un vino chinato per combattere le malattie endemiche delle zone paludose che affliggevano i legionari in Africa. Il gusto di questo prodotto incontrò subito le preferenze di



molti consumatori. Dubonnet è elaborato a Thuir, nei Pirenei Orientali secondo la ricetta originale di Joseph Dubonnet. Il packaging per l'estero è stato modernizzato, mentre resta immutato quello per il consumo locale in Francia.



## BYRRH

A metà '800 due fratelli d una famiglia povera e numerosa, Simon e Pallade Violet, lasciarono la casa nei Pirenei per andare in cerca di fortuna. Si stabilirono a Thuir e aprirono un negozio di tessuti. Il commercio di vini era molto fiorente e decisero anche loro di lanciarsi nel business del momento. Elaborarono un vino con china, ne vendettero alcune damigiane a dei farmacisti e finirono in affari con l'Ordine dei Farmacisti di Montpellier. Intensificarono il loro business e, quando decisero di dare un nome al loro prodotto, ne scelsero uno senza pensarci molto. Avevano letto una sigla sulla targhetta di un rotolo di stoffa, B.Y.R.R.H., e nome fu. Secondo un'altra versione avvalorata da Michel Bigot, past President IBA e ABF, Byrrh è l'acronimo delle iniziali dei nomi dei parenti prossimi dei due commercianti. Nei paesi di lingua anglosassone questo nome ha spesso generato confusione con il termine birra. Il Byrrh cominciò a essere venduto come prodotto da degustazione o anche come fortificante.

Nel 1999 Byrrh ha creato una cuvée di lusso, Byrrh Rare Assemblage, e nel 2010 Grand Quinquina.

## SAINT RAPHAEL

Nel 1830 un certo Dottor Joseph avrebbe cominciato la lavorazione di un vino aperitivo con china. Durante il suo lavoro cominciò a perdere la vista. Secondo la

leggenda si sarebbe allora rivolto con delle preghiere all'arcangelo Raffaele per avere la grazia della guarigione. Con questa mistica storia alle spalle il prodotto cominciò a essere venduto in farmacia come toccasana grazie alle virtù della china. La ricetta fu poi comprata dall'inglese Lord Granard che la detenne sino al 1970. Saint Raphael è conosciuto anche come "l'aperitivo di Francia" e le sue vendite superano il milione di bottiglie. Ne esistono di due tipi, rosso e bianco entrambi a 14°, e i mercati più importanti sono Francia, Belgio e Canada. Saint Raphael è anche uno dei principali sponsor della famosa "corsa dei camerieri" molto nota nei paesi di lingua francofona.



## BIGALLET

Situata in Val d'Isère, non lontana dal massiccio della Chartreuse, questa società elabora interessanti aperitivi a base di vini nei quali sono infusi piante e frutti di bosco nonché le famose castagne di Ardèche.

## GANCIA

A metà dell'800 Carlo Gancia, come molti suoi correghionali piemontesi, cominciò la lavorazione di vini spumanti in Piemonte. Poi si lanciò nella produzione di una serie di Vermouth per i quali selezionò una trentina di piante. La macerazione dura circa 3 settimane per poi ottenere un alcolato di circa 30° e aromatico che viene miscelato a vini selezionati.



## LILLET

Durante il Regno di Luigi XVI un monaco medico, padre Kermann, si recò in Brasile per osservare le pratiche della medicina locale. Con queste conoscenze acquisite tornò in Francia e si installò a Bordeaux dove cominciò l'elaborazione di vini e liquori che ebbe l'idea di unire. Questo principio fu ripreso nel 1887 dai fratelli Paul e Raymond Lillet che avevano un negozio di liquori a Podensac in Gironda. Crearono il Lillet Blanc che divenne famoso subito dopo la prima guerra.

Nel secondo dopoguerra fu importato negli USA e negli anni '50 divenne una moda di consumo a New York. La Duchessa di Windsor fu una delle più note estimatrici. Successivamente sarebbe arrivato il Lillet Rouge. Grandi riferimenti al Lillet vengono fatti nei romanzi e nella cinematografia, tra cui la saga bondiana di Jan Fleming e il cult movie "Il silenzio degli Innocenti" essendo il drink preferito da Hannibal Lecter.



## COCCHI

Situata ad Asti, nel cuore del Piemonte, dove si elaborano alcuni dei più grandi vini italiani, Cocchi ha sempre lavorato vini spumanti a cominciare dal Moscato d'Asti. Nel 1973 l'azienda è stata rilevata dalla famiglia Bava che le ha donato nuova linfa. Gli ultimi investimenti sono serviti a rilanciare le ricette storiche. Il Cocchi Americano a base di Moscato di Asti ha rivisto nuova luce e successo. Ha 16,5°, fresco, con note di agrumi e genziana. Ma il pezzo



forte è sicuramente il Cocchi Storico Vermouth di Torino, un Vermouth generoso e nobile, di grande tradizione e personalità utilizzato oggi nei bar più importanti del mondo. Di questa casa non si può non citare il Barolo Chinato, vecchia ricetta piemontese a base di Barolo e una macerazione in grappa di circa trenta piante tra cui la china.

## RINQUINQUIN

È elaborato in Provenza con vino bianco del Lubéron. È un aperitivo a base di vino nel quale sono presenti anche delle pesche della vicina Val Durance. Altri prodotti della maison sono l'Orange Colombo, a base di vino rosato di Lubéron con infusione di arance dolci e amare, china e spezie, e la Noix de Saint Jean. Quest'ultimo è un aperitivo a 15° ottenuto con la presenza di noci verdi Dauphine al quale vengono aggiunte spezie come cannella e chiodi di garofano.

**Fabio Bacchi**



# 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

# BENVENUTI AL PALMER & CO.

Mattoni a vista e legni caldi  
nella tana dell'imbalsamatore

di TERRY SPACEY

I nuovissimo mondo è una delle mete più gettonate dai giovani bartender in cerca di palcoscenici per esprimere un talento fatto di ricerca, creatività, ospitalità e business attitude. Tanto che la scena del bartending australiano ha fatto passi da gigante negli ultimi anni e la miscelazione locale si è allargata oltre la proposta Tiky che per lungo tempo è stata il denominatore comune.

Oggi Melbourne e Sydney sono i fulcri del bartending d'oltreoceano attorno al quale si sono sviluppate dinamiche molto interessanti. Una per tutte l'utilizzo e la proposta di prodotti tipicamente italiani, spesso dimenticati dai bartender di casa nostra e reinterpretati nella rivisitazione di ricette vintage. La frutta e i prodotti locali, le contaminazioni dell'estremo Oriente, la fusione tra scuola tropicale e occidentale, influenzano l'offerta della mixology e le pre-

parazioni homemade sono qui mediamente più incisive che in altri luoghi. Il "Palmer & Co.", uno dei bar format del gruppo Merivale in Australia, è sicuramente uno dei bar da visitare almeno una volta e non a caso è segnalato nelle liste dei Worlds Best Bars.

Dunque: se siete a Sydney o in procinto di andarci una visita al Palmer & Co. è assolutamente da non perdere. E quando in fondo a uno stretto vicolo tra i grattacieli del centro della metropoli Sydney riuscirete a scovare l'ingresso di "Palmer & Co.", scendendo giù per le scale che portano alla stretta porta del locale, non c'è dubbio: vi





ritroverete in un'altra epoca. Vi si aprirà davanti agli occhi un mondo che abbiamo conosciuto grazie a Hollywood: l'era del proibizionismo anni '20. Questo luogo dai toni seppia, con luci discrete e gentili, una stanza di mattoni a vista nascosta dalle luci della città, saprà essere il vostro buon ritiro.

"Palmer & Co." ha aperto le sue porte esattamente un anno fa, dopo essere stato ideato e realizzato nei dieci mesi precedenti da Justin Hemmes. L'idea era quella di ispirarsi all'estetica anni '20 e '30, quella del proibizionismo, quando i locali notturni servivano alcolici clandestinamente e per

*Ispirato all'estetica del proibizionismo il Palmer & Co. è uno dei bar più trendy di Sydney e uno degli indirizzi da raggiungere almeno una volta nella vita*

## COCKTAIL CULTURE AUSTRALIA

Nel giro di pochi anni Sydney è diventata protagonista della Cocktail Culture internazionale. Grazie a un “manipolo” di bartender provenienti dal vecchio continente che qualche tempo fa decise di portare la propria esperienza dall'altra parte del mondo. “Contaminando” la città più importante dell'Australia con veri e propri corsi di formazione e job training per diffondere una solida e variegata cultura sull'arte del miscelare. Dal tiki bar, allo speakeasy, dal lounge ai locali tipicamente australiani, c'è solo l'imbarazzo della scelta. Londra, New York, Parigi e Milano non sono più solo un miraggio ma un obiettivo concreto da raggiungere. Significativo è il caso di Tim Philips (*nella foto a destra*) che l'anno scorso ha portato la cocktail culture australiana ai vertici mondiali, vincendo la Diageo World Class 2012. Altro esempio noto è il Palmer & Co., il cocktail bar di Sydney che ha vinto prestigiosi riconoscimenti.



questo dovevano essere in luoghi discreti, protetti, spesso nei sottoscala. Pensate a “C’era una volta in America” di Sergio Leone o “Fratelli” di Abel Ferrara e avrete un’idea di che cosa ci si possa aspettare da “Palmer & Co.” I toni caldi e i mattoni a vista, le volte del soffitto e le assi esposte, le luci d’epoca e il pavimento piastrellato: tutto cospira a farci tornare al passato. Ogni cosa appare perfetta sin dall’ingresso e nessuna attenzione per i dettagli è stata risparmiata. Le cameriere sfoggiano abiti Bell’Epoque e al bancone vi aspetta un team di bartender provenienti da tutto il mondo, selezionati per la loro abilità, per la tecnica e l’inventiva che sfoggiano nelle loro creazioni. A dirigere l’orchestra, un giovane mixologist italiano, Thomas Iacovone.

Particolare curioso: “Palmer & Co.” deriva dal nome di un precedente inquilino, che svolgeva in questi locali la sua attività di taxidermista, o più prosaicamente, di imbalsamatore. Alcune sue creazioni sono rimaste, come avrete modo di scoprire. Qui





UNO DEGLI  
ANGOLI PIÙ  
SUGGERITI  
DEL  
PLAMER & CO.

il servizio al tavolo varia, da una situazione più intima a una più conviviale, a seconda di dove vogliate accomodarvi. Perché sedersi nei vari angoli del locale significa ritrovarsi in luoghi diversi. Ci sono tre bar tra cui scegliere. Sistemáticamente i bartender creano un cocktail (solitamente a base di prodotti freschi, particolarmente accessibili e con l'opportuna ricercatezza) che sarà la specialità del proprio bar per il resto della settimana. Il bar principale offre sempre otto tipici cocktail dal menù "Collection" e otto "Prohibition Cocktail", classici in omaggio all'era che qui rivive, realizzati con particolare attenzione filologica. Osservando le 46 pagine del menù, ben scritte e impaginate, si evidenzia la "maniacale" cura per i dettagli che contraddistingue il locale. I cocktail sono chiaramente indicati e spiegati anche dal punto di vista storico, così come gli ingredienti, sempre freschi o preparati direttamente dallo staff e i bicchieri in stile arrivano direttamente dagli USA.

Ultima curiosità: "Palmer & Co" possiede una lista di quasi 200 differenti spiriti tra gin, whisky, rum e cognac. Un vero e proprio piccolo paradiso per esplorare prodotti provenienti da tutto il mondo.

**Terry Spacey**

## LA RICETTA

### 30 DAYS SAZERAC

#### INGREDIENTI

30ml Jim Beam rye whiskey  
30ml cognac Hennessy vs  
10ml chocolate liquor  
Messenez  
3 dash Peycheaud's bitters  
2 dash Angostura bitter

Garnish: Essenze e buccia d'arancia

Il drink è invecchiato in botti di quercia americana



# L'ULTIMA STRUGGENTE NOTA DI JAZZ

## A New Orleans, patria del Sazerac, sulle tracce di Antoine Peychaud

di RAIMONDO LULLO

**N**ew Orleans, metropoli moderna, capitale idolatrata e culla del jazz, patria di Louis Armstrong. Che suona “Funerali a New Orleans”, forse il più straziante, struggente epicedio del Novecento, con quella black band che piange un dolore senza fine.

La tragedia di New Orleans, qualche anno fa, devastata dall'uragano Katrina, amplificò la consapevolezza del limite umano. Soprattutto per quell'America tecnologica e avanzatissima che va e viene dalla luna, che gioca alla play station nel cosmo infinito, che manda telecamere a cercare

i marziani, che potrebbe clonare ogni forma vivente, che prolunga la vita e forse anche la morte, ma che si trovò orfana di un piano di emergenza capace di contrastare la naturale forza del Mississippi, il grande e placido fiume che proprio a New

Orleans termina la sua corsa. New Orleans, capitale della Louisiana nel profondo sud degli USA è da sempre una delle città più amate dai bartenders. Chi non ha mai

sentito parlare delle magiche notti di New Orleans che si infiammano in Bourbon Street, della cultura creola, dei cajun Martini, del signor Antoine Amedie Peychaud inventore di una miscela chiamata Sazerac che alcuni tra i più importanti testi mondiali di bartending (The Gentlemen's Companion: Being an Exotic Drinking Book oppure Around the World with Jigger, Beaker and Flask di Charles H. Baker) definiscono “il primo cocktail americano”? Forse in tanti, forse in pochi, e allora scopriamo le origini di una ricetta dal fascino indubbio. Con la riscoperta delle ricette vintage il Sazerac (uno dei drink più introversi, dibattuti e discussi della storia della mixology mondiale) è riapparso per discutere di sé nei bar di tutto il mondo.

Trascinando con sé le atmosfere calde

*Il fascino delle ricette vintage ha riportato in auge il Sazerac, il cocktail ufficiale di New Orleans inventato da Peychaud*





di Bourbon Street, il jazz, il carnevale, il tabasco e le spezie “cajun”, il fascino del Mississippi e dei battelli che lo solcano. Siamo a New Orleans, in Louisiana, nel profondo sud degli Stati Uniti d’America. Correva l’anno 1830 e al civico 437 di Royal Street c’era la farmacia-erboristeria di Antoine Peychaud, un immigrato di origine creola.

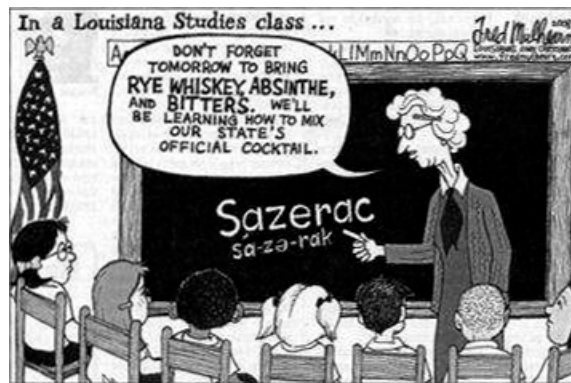
All’epoca chi esercitava il mestiere di farmacista era spesso portato a cimentarsi anche nella “miscelazione” e non solo di medicine. Verso sera, all’ora di chiusura, Peychaud riceveva gli amici che passavano a trovarlo con una bevanda a base di brandy, assenzio e una goccia del suo “bitter” dalla formula gelosamente custodita e segreta. Involontariamente aveva inventato quello che oggi è comunemente definito come il primo cocktail della storia degli Stati Uniti. La ricetta si sarebbe chiamata, in seguito, Sazerac. Il successo e la popolarità del drink sarebbero arrivati

anni dopo, nel 1953, con Sewell Taylor un grossista di liquori che vendeva in esclusiva i brandy della compagnia Sazerac de Forge et Fils e con un bar denominato Sazerac Coffee House, al numero 13 di Exchange Alley. Mister Taylor proponeva il cocktail secondo la ricetta originale di Antoine Peychaud, con le identiche quantità di brandy, assenzio e bitter. Molto presto il Sazerac divenne il cocktail più consumato di New Orleans per poi valicare i confini della Louisiana.

Nel 1870 la Sazerac Coffee House venne acquistata da Thomas Handy il quale, successivamente, si assicurò anche i diritti della Peychaud Bitters. Una delle sue iniziative fu quella di fare imbottigliare il Sazerac già pronto da bere e commercializzarlo in tutti gli Stati Uniti. Per motivi commerciali e per andare incontro al nuovo gusto degli americani, la ricetta originale fu cambiata sostituendo il brandy con il rye whiskey.

SAZERAC

Occorrono due bicchieri del tipo "old fashioned". In uno si mette abbondante ghiaccio tritato e lo si lascia raffreddare. Nel secondo bicchiere si dispone una zolletta di zucchero con un pò di acqua. Si fa quindi sciogliere lo zucchero pestandolo e emulsionandolo delicatamente con un muddler o un barspoon. Quindi si aggiungono delle gocce di Peychaud Bitters, 5 cl di Rye Whiskey e ghiaccio spezzettato. Prendere l'altro bicchiere, togliere il ghiaccio, mettere alcune gocce di assenzio e fare roteare il bicchiere in modo da insaporire tutta la superficie del bicchiere scolando via l'Assenzio in eccesso. In questo bicchiere raffreddato e insaporito si mesce il contenuto dell'altro bicchiere filtrandolo. Terminare con un twist di limone. In alcune ricette viene riportato l'utilizzo di Herbsaint al posto dell'assenzio. L'Herbsaint, sarebbe stato utilizzato dopo la messa al bando dell'Assenzio. Il nome originario dell'Herbsaint era "Legendre Absinthe". Da notare che Herbsaint è l'anagramma di "absinth". Nel 1949 la Legendre & Co fu acquisita dalla Sazerac Company. Inizialmente la ricetta del liquore rimase originale per poi cambiare la gradazione alcolica da 60° a 45° negli anni '70.



Thomas Handy aprì anche un'attività il Sazerac Bar, in Royal Street, dove la popolarità del cocktail crebbe ancora di più. Nel 1949 il Sazerac Bar si trasferì all'interno del Roosevelt Hotel. Oggi l'albergo fa parte di un gruppo internazionale, The Fairmont, e il Fairmont's Sazerac Bar, adornato da quattro grandi murali che riproducono scene di vita quotidiana stile Big Easy opera dell'artista Paul Ninas, è arredato in legno di noce africano e mogano e riflette una bella atmosfera Art Deco. Tra le celebrità che lo hanno frequentato può annoverare il Principe Edoardo VIII di Inghilterra e la Sua amata Wally Simpson, Gloria Vanderbilt e Groucho Marx. Questo bar è il vero tempio mondiale del Sazerac ed è meta obbligata per chiunque visiti New Orleans.

Il Sazerac cocktails oggi viene servito nell'esclusivo bicchiere (in vendita) marchiato con il logo del bar. Oggi la Sazerac



Company produce ancora il Peychaud Bitters e una discreta gamma di liquori e distillati come whiskey. Il 23 giugno del 2008 la Camera dei Deputati della Louisiana ha dichiarato, con 62 voti favorevoli e 33 contrari, il Sazerac "cocktail ufficiale di New Orleans".

**Raimondo Lullo**



**BULLDOG**  
LONDON DRY GIN



**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.

# SANGUE MORLACCO

Il liquore cupo  
che D'Annunzio battezzò  
alla mensa di Fiume

di **FABIO BACCHI**

I bartending italiano può vantare prodotti unici per tipicità e storia. La liquoristica italiana è giustamente un emblema del made in Italy molto facilmente decantato e altrettanto poco spesso rappresentato concretamente nei bar italiani. I liquori italiani hanno tutti una storia che spesso affonda le proprie radici in vicende che hanno lasciato il segno nella storia nazionale. È sempre più evidente come taluni prodotti trovino spazio più all'estero che a casa nostra e su questo, forse, i bartender italiani, spesso attratti dalle sirene di improbabili messaggi esterofili, dovrebbero riflettere profondamente. Il bartender italiano è il primo portabandiera di un modo di intendere il bar nazionale con i suoi prodotti, la sua offerta, storia e cultura fatta anche di brands che hanno legato la propria identità alle vicende che hanno spesso caratterizzato la storia del nostro paese.

La liquoristica italiana ebbe il suo primo grande momento di diffusione subito dopo l'Unità d'Italia quando, con la caduta di confini e dazi di quelli che erano i



singoli Stati della penisola, il mercato si aprì favorevolmente alla facilitazione degli scambi commerciali con nuove e grandi ripercussioni sui consumi. Tra molti di questi liquori uno in particolare è molto caro ai bartender di tutto il mondo e molto vici-





GABRIELE D'ANNUNZIO  
E A SINISTRA  
GRAPPOLI DI MARASCHE

no alla storia patria: il Ratafià che fu per eccellenza il liquore ottenuto dal succo di frutta rossa, spirito e zucchero. Quando nel 1821 il genovese Girolamo Luxardo inventò il Maraschino, tra le sue specialità che in breve tempo conquistarono il tutto il mondo di allora, brillò anche il Ratafià di marasche un Cherry Brandy che sui mercati del Levante assunse il nome di Visnà, il nome turco della ciliegia acida.

Nel 1828 il famoso incisore Bartolomeo Pinelli (Roma 1781- 1835 ) illustrava al numero 13 della sua preziosa "Raccolta di costumi italiani" anche un contadino "dalmata de l'etat venitien". Questo costume italiano fu ben presto associato alla propaganda del Cherry Buton creando così un binomio "Morlacco – Luxardo" che resterà famoso nella cartellonistica dell'800. Intanto, silenziosamente, maturava una speciale affinità: nel febbraio del 1823,

il ligure Girolamo Luxardo incontrava a Venezia l'abruzzese Antonio D'Annunzio. Da tale incontro nacque un rapporto di affari e amicizia che si concretò nel commercio di rosolio e marasche nonché in servizi reciproci di banca per l'appoggio di cambiali tratte su Zara e Pescara. Molti anni dopo, nel 1887, il giovane Gabriele D'Annunzio intraprendeva una crociera adriatica anche per visitare la città di Zara "odorosa di Maraschino selvaggio". Gli accenni dannunziani alle marasche dovevano lievitare con il passare degli anni. Nel 1907 l'ormai famoso poeta e drammaturgo affidava a "Il secondo amante di Lucrezia Buti" alcune pagine biografiche, pubblicate solo nel 1929:

*"Mi travagliavo col brigantino del mio*

*avo paterno alla luce della mia Pescara, nella porpora ardente della landa affocata dai fuochi del tramonto, e avevo nella stiva un carico aspro e amariccio: una brancata*





*di marasche e la melodia delle zampogne all'alba e nulla più, o anima mia".*

Nel 1919 il poeta si trasformò nel comandante di Fiume "infiammando" tutta la gioventù d'Italia di passione adriatica. Pietro, della quarta generazione dei Luxardo, fu con i legionari fiumani e alla mensa del comandante non mancò mai il Ratafià di Marasca. Famosa divenne allora la taverna "All'ornitorinco". Sotto l'insegna del mammifero oviparo approdato impagliato dalla Tasmania alle rive del Quarnero si adunavano i più fedeli legionari con il loro comandante, il quale annoterà nei "Taccuini" (sera del 18 dicembre 1919) "*... il pranzo dell'Ornitorinco. I canti degli ufficiali nella sala terrena ...il sangue di marasca nei bicchieri ...la passione delle donne ... il ritorno alla caserma ...il sangue di Morlacco*". L'antico Ratafià divenne così: "*... il liquore cupo che alla mensa di Fiume chiamai "Sangue Morlacco"*". Gabriele D'Annunzio.



Il 12 settembre 1919 D'Annunzio entrava a Fiume. Il 5 ottobre, il comandante scriveva al suo xilografo, Adolfo de Carolis e gli chiedeva di studiare una medaglia "con la selva dei pugnali che gli Arditi brandivano e facevano una sola linea rigida col braccio levato: ah, se tu avessi veduto il grande spettacolo." Il 20 Ottobre D'Annunzio scriveva nuovamente al suo incisore: "*bisogna fare un francobollo con il motivo dei pugnali sollevati*". Nacque così una vignetta con 4 pugnali nel pugno di altrettante braccia che escono dal lato sinistro del riquadro e che portava in alto la data "XII SETTEMBRE MCMXIX" e in basso il valore di 25 centesimi. Sopra, la dicitura "Fiume d'Italia". Per evitare complicazioni politiche, tale francobollo non venne emesso e gli esemplari stampati vennero distrutti. Il 6 novembre D'Annunzio scriveva osservando che l'incisione "dei pugnali è venuta con la







IL MITICO BAR DEL RAFFLES IN BASSO L'IMPONENTE FACCIATA DELL'HOTEL DI SINGAPORE

mano sinistra” e nel contempo informava di avere rispolverato, nel suo discorso del 30 ottobre, l'antico motto fiorentino “cosa fatta capo ha!”. Quando D'Annunzio fece del liquore Luxardo la bevanda fiamana per eccellenza, il comandante realizzò un'etichetta “per la vendemmia del 1919” e vi pose la sua firma autografa. Fattala stampare su carta di Fabriano, egli spedì il tutto a Zara con un suo fido perché la Luxardo gli confezionasse un centinaio di bottiglie del suo Cherry Brandy da usare per gli omaggi di cui D'Annunzio era muni-

fico dispensatore.

**Estremo Oriente.** Singapore fu occupata ne 1819 da Sir Thomas S.B. Raffles. Questa estrema punta della Malacca fu trasformata nel 1867 in colonia di S.M.

## LA SCHEDA

### SINGAPORE SLING

#### Ingredienti

3 CL GIN

1,5 CL CHERRY BRANDY

0,75 CL BENEDICTINE

0,75 CL COINTREAU

12 CL SUCCO DI ARANCIA

1,5 CL SUCCO DI LIME

1 CL SCIROPPO DOI GRANATINA

1 DASH ANGOSTURA BITTER

**Tecnica:** Shake & Strain

**Procedimento:** mescolare tutti gli ingredienti nello shaker colmo di ghiaccio. Shakerare e versare in un tumbler alto colmo di ghiaccio.

**Guarnizione:** trancio di ananas, ciliegie marasche e foglie di ananas.

**Note:** ricetta codificata IBA e inserita nella categoria Contemporary Classics





IL SINGAPORE SLING,  
COCKTAIL A BASE  
DI CHERRY BRANDY

Britannica. Singapore divenne tappa obbligatoria sulle rotte dell'Oriente, ospitò i più intraprendenti mercanti, le merci più pregiate, gli uomini più potenti di allora. Per

*Al Raffles,  
monumento  
dell'ospitalità  
coloniale,  
Ngiam Tong  
Boom inventò il  
Singapore Sling*

potere assolvere a questa ospitalità, nel 1887 venne inaugurato un favoloso albergo, che prese il suo nome dal baronetto Raffles. All'ombra dei suoi palmizi, Rudyard Kipling, Noel Coward, Somerset Maugham ed Hermann Hesse scrissero alcune delle pagine più belle. Il Ne-

gus Neghesti, il sultano di Johor, quello di Sarawak, Feisal d'Arabia, Robert Kennedy, Chou En Lai e altri apprezzarono le ariose stanze e l'impareggiabile cucina di questo monumento dell'ospitalità coloniale. Guido

Cervenini lo gestì dal 1933 ai burrascosi anni dell'occupazione giapponese. Suo fratello Nino, poi Mario Marchesi e infine, nel 1967, Roberto Pregaz diedero alla gestione quel tocco di calore italico che smorzava la britannica rigidità di un'antica tradizione. Sono questi gli uomini che stabilirono un singolare legame tra Singapore e l'Italia, tra il sangue Morlacco, quale ingrediente insostituibile e il famoso barman Ngiam Tong Boon che nel 1915 inventò il Singapore Sling e che rimane ancora oggi uno dei classici cocktail di un'era senza tramonto. Roberto Pregaz sosteneva che il drink dovesse essere consumato nella Palm Court del Raffles Hotel, al chiaro di luna. Solo così lo Sling avrebbe acquistato, infatti, un sapore inimitabile. In seguito, il Singapore Sling, avrebbe avuto una sua particolare evoluzione.

Quest'anno, in occasione del 150° anniversario della nascita di Gabriele D'Annunzio, l'azienda Luxardo ha organizzato il concorso "Cocktail Letterario Sangue Morlacco" presso Il Vittoriale degli Italiani, la fastosa dimora del Poeta a Gardone Riviera. In più è stata prodotta una versione speciale del celebre liquore: Sangue Morlacco Riserva Speciale Excelsior. I mastri distillatori dell'azienda veneta hanno miscelato una parte di Sangue Morlacco invecchiato in botti per ben 40 anni con un'altra parte costituita dal liquore più giovane. È stato così ottenuto un particolare prodotto dal colore rosso cupo con riflessi violacei, dal sapore caldo e intenso a 30° alcolici.

**Fabio Bacchi**



ANTICA DISTILLERIA  
**PETRONE**

RISCOPRI IL GUSTO DELLA TRADIZIONE



**FALERNUM**  
ELIXIR

TRADIZIONI CENTENARIE IN  
UN MODERNO LIQUORE

*Liquore nobilitato  
in barrique con  
Brandy invecchiato*

*3 Anni.*



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

# JERRY THOMAS (2)

## Dall'Exchange al Metropolitan Hotel l'inizio di una nuova era per il bartending

di **LEONARDO LEUCI**

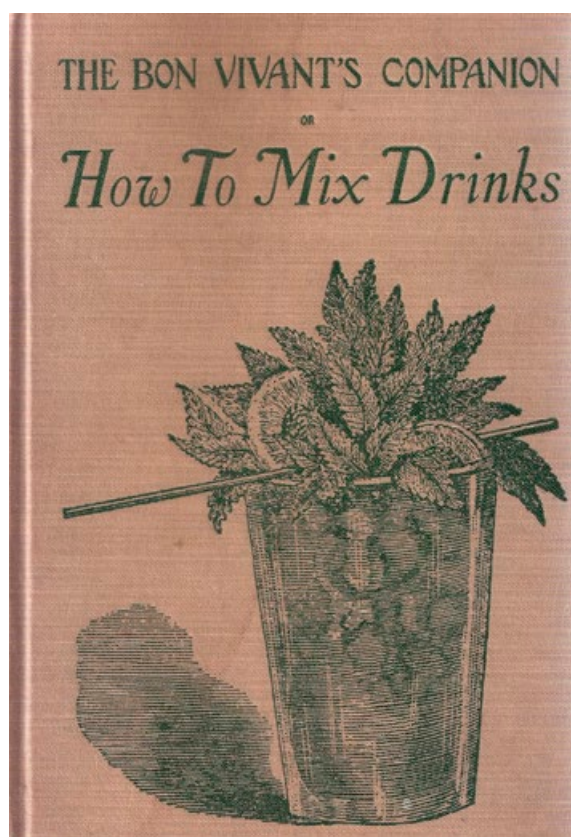
**N**onostante la California nell'epoca della Gold Rush fosse il posto migliore dove sviluppare un business per un bartender emergente, l'irrequieto Jerry Thomas, stanco di quello che doveva considerare un panorama poco stimolante per la sua professione, con i saloon pieni di cercatori d'oro avvezzi al consumo di whisky o altre semplici e poco interessanti bevande, decise di accantonare la professione del bartender ed imbarcarsi in un'altra strampalata avventura. Formò un gruppo musicale, insieme ad alcuni menestrelli erranti

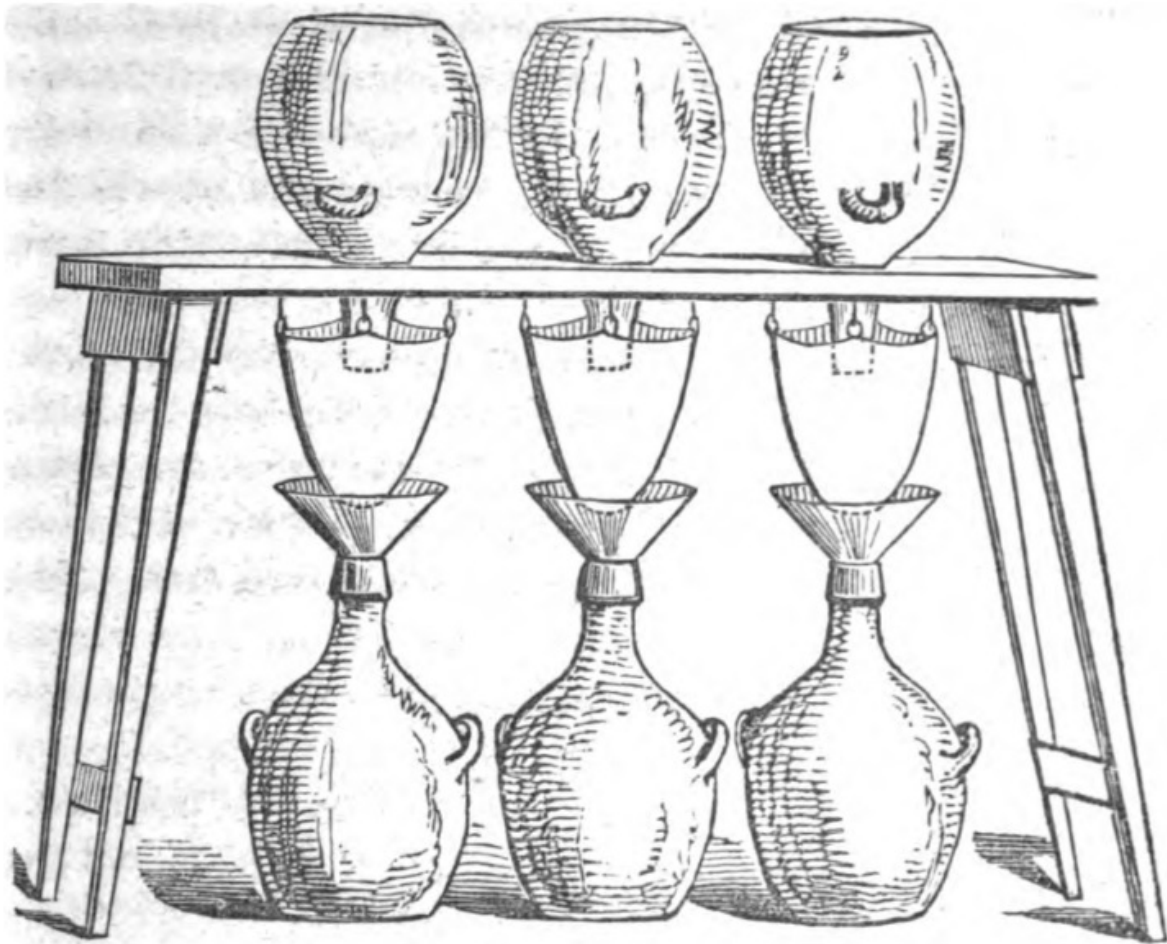
e, tra il 1850 ed il 1851, cominciò una tournée che lo portò a esibirsi in molti paesi intorno al fiume Sacramento, ottenendo anche un discreto successo. Ma il fatto, forse, aveva già deciso di riportare Jerry Thomas dietro il banco di un

Jerry Thomas grazie anche ai soldi accumulati (l'equivalente di oltre 300.000 dollari odierni) si concesse un viaggio di ritorno molto confortevole su una nave veloce, opportunamente dotata di un bar che il Professore frequentava assiduamente in compagnia di numerosi Juleps e circondato dal lusso del viaggio di ritorno che fu molto più comodo di quello d'andata. Come spesso succede, le informazioni su Jerry Thomas diventano fumose e le differenti fonti non sono sempre precise e dettagliate. Alcuni lo vogliono di ritorno a "New Heaven" dove avrebbe subito aperto un suo locale, mentre lui stesso in

*Dopo la breve parentesi musicale in alcune città della California Jerry Thomas ritornò dietro il bancone a Broadway*

bar. Infatti la sua avventura "artistica" durò poco perché i componenti della band si ammalarono di una forma maligna di colera che decimò la formazione.

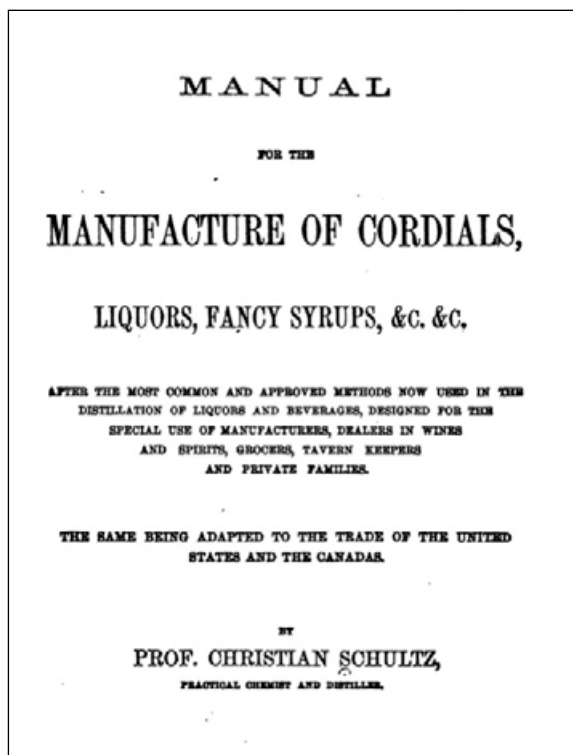


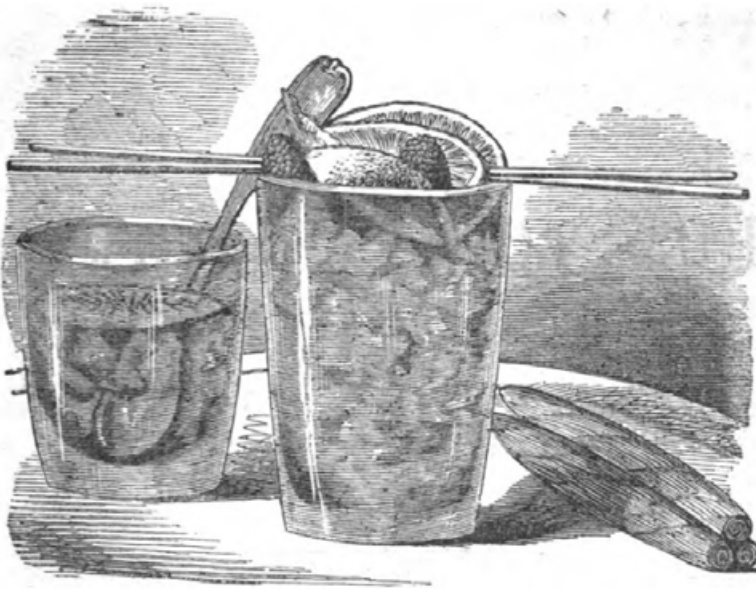


un'intervista al "Sun" racconta di essersi stabilito, dopo l'avventura come menestrello, direttamente a New York e di aver dato sfogo al suo animo edonista vivendo per un lungo periodo nel lusso di grandi

alberghi e ristoranti che fiorivano numerosi in una New York in grande ascesa, insieme ai "nuovi" amici dell'alta borghesia. Ma tale stile di vita era molto costoso e le ricchezze di Jerry Thomas diminuirono rapidamente. Fu allora che decise di aprire "L'Exchange" insieme al suo nuovo socio George Earl, proprio sotto il famoso "Barnum Museum" a Broadway. Il successo dell'Exchange è immediato, la zona è perfetta, ma sono soprattutto i grandi drink di Jerry Thomas, tra i quali spiccavano i suoi leggendari Juleps ed i magistrali Punch a fare la differenza in una New York che sembrava impazzire sempre di più per il bere miscelato e alla moda.

Eppure il professore non trovava pace. Sempre alla ricerca di nuove esperienze e forse di una perfezione irraggiungibile, decise di lasciare "L'Exchange" nonostan-





te il grande successo. Si trasferì prima a Charleston nella famosissima “Mills House” e successivamente al “Planter’s House Hotel” luogo che porterà Jerry Thomas ad essere considerato quasi un divo. Politici, attori, uomini dello spettacolo e nobili dal vecchio continente facevano la fila per poter essere serviti dal Professore.

La carriera di Jerry Thomas è splendente, i suoi guadagni paragonabili a quelli delle star della musica o del teatro esattamente come la sua fama. Nel 1858 accetta la proposta di tornare a New York, non in un posto qualunque, ma addirittura al “Metropolitan Hotel” il più importante e lussuoso hotel della città, probabilmente il più importante d’America, all’angolo tra Prince Street e Broadway che intanto si è trasformata nel fulcro commerciale della città. Il livello di popolarità di Jerry Thomas è incredibile, conosciuto ed acclamato come il più grande bartender d’America di sempre. Dopo due anni e con una bella fortuna nelle tasche, Jerry Thomas decide di spostarsi a pochi isolati di distanza dal “Metropolitan” per aprire

il suo nuovo “Jerry Thomas’s”. Come location scelse la sede del nuovo teatro di Laura Keen e, grazie alla vicinanza con il mondo artistico, finanziario e sportivo che frequentava assiduamente il teatro, la popolarità del locale crebbe rapidamente. Nessun personaggio importante poteva mancare l’appuntamento del nuovo locale del Professore frequentato anche da Sua Maestà il Principe di Galles, figlio della Regina Vittoria di Gran Bretagna, al quale Jerry Thomas, come racconta egli stesso, servì uno dei suoi leggendari “Lemon Julep”.

Nel 1862 Jerry Thomas è saldamente al timone del suo locale quando decide di fare una cosa che cambierà per sempre la storia del bere miscelato. Raccolse in un volume tutte le formule e le ricette, oltre che tutte tecniche di preparazione della maggior parte della bevande miscelate conosciute del tempo, per pubblicare un suo libro “How to Mix Drinks or The Bon vivant’s companion”.

Nel mondo del bar, la pubblicazione del libro di Jerry Thomas fu una vera e propria rivoluzione culturale. Fino a quel momento, infatti, i bartender assimilavano il mestiere unicamente tramite l’apprendistato e custodivano gelosamente i segreti del mestiere. Jerry Thomas mise a disposizione di un pubblico molto ampio la sua esperienza, non solo nella preparazione dei drinks, ma fornendo anche le ricette per la realizzazione di tutti quegli ingredienti fondamentali per la loro creazione. Furono svelati i segreti per l’elaborazione degli sciroppi, dei bitter e dei cordiali che avevano segnato il successo del più grande bartender d’America. Una nuova epoca per la miscelazione stava per iniziare ...

**Leonardo Leuci**

(2 - continua)

# JOHN WALKER & SONS ODYSSEY™

## UN ICONA DI PROGRESSO - ISPIRATO A SIR ALEXANDER WALKER

JOHN WALKER & SONS ODYSSEY è un triple rare malt ispirato a Sir Alexander Walker, Cavaliere Comandante dell'Ordine dell'Impero Britannico: un uomo che ha svolto un ruolo determinante nella storia dello Scotch Whisky. Sir Alexander, nipote di John Walker, ereditò lo spirito instancabile e pionieristico che aveva spinto il nonno alla creazione della prima miscela di Scotch Whisky e alla fondazione di un'azienda che sarebbe poi diventata leader su scala mondiale.

Una delle creazioni più geniali di Sir Alexander, ispirata dalla passione per i viaggi in mare fu, nel 1932, la creazione di un'eccezionale bottiglia decanter di cristallo, una stupenda opera d'arte adatta a contenere le sue impareggiabili e preziose miscele che, grazie alla capacità di muoversi seguendo l'andamento delle onde senza mai cadere, divenne uno degli oggetti preferiti a bordo delle navi di lusso. Il whisky John Walker & Sons Odissey celebra le idee ed il costante spirito imprenditoriale di Sir Alexander, con un'interpretazione ultramoderna del suo straordinario decanter, nell'80° anniversario della sua creazione.



## ODYSSEY

### Scheda di degustazione:

In onore di Sir Alexander Walker, l'attuale Master Blender ha creato il John Walker & Sons Odyssey, il primo Scotch Whisky **triple rare malt della House of Johnnie Walker**, ispirandosi alle **annotazioni originali scritte a mano** da Sir Alexander. Il Master Blender ha selezionato i tipi di malto più raffinati di tre distillerie scozzesi, definite come le sue **"GEMME NASCOSTE"**.

Questi rari single malt sono stati accuratamente miscelati e poi uniti in barili di rovere europeo, fino a quando non si è ritenuto che avessero raggiunto la perfezione.

Ogni assaggio di questo **triple rare malt whisky** rivela un'eccezionale fusione di sapori e svela un'elegante complessità che sprigiona una **straordinaria morbidezza**. I suoi toni color oro antico sono profondi, intensi e sofisticati.

**L'aroma è ricco, energetico e accattivante** con un leggero gusto di miele, bacche e crème-caramel. **Il gusto è corposo**, invitante e va dalla freschezza degli agrumi alla ricchezza delle bacche, dalla consistenza vellutata del miele alla sua invitante cremosità del crème-caramel.

Un finale **indimenticabile e persistente di note affumicate e dolci**.



# SUA MAESTÀ VINACCIA

## La grappa: una storia di fatica e saggezza contadina

di **FULVIO PICCININO**

**L**a Grappa è il distillato ottenuto dalla vinaccia, la cui paternità esclusiva spetta all'Italia. Questa tipologia di acquavite risulta diffusa, ovviamente con altri nomi, all'interno di tutti i paesi a tradizione enologica. Troviamo il Marc in Francia, l'Orujo in Spagna, la Bagaceira in Portogallo e la Chacha in Georgia. La diversità di proposte, la totale libertà nell'uso della tipologia del legno, dal pe-

ro al rovere francese, la possibilità di interpretare la vinaccia, anche con torbature e la distillazione che contempla dal bagnomaria, al fuoco diretto, al sistema continuo, hanno fatto sì che il consumatore si affezionasse più al singolo produttore che alla tipologia, con

mode e stili di consumo spesso estemporanei. Per questo e in virtù delle sue caratteristiche organolettiche la grappa, spesso, non incontra il palato dei giovani, abituati a distillati meno personali e connotati, come la vodka.

Oggi solo una bottiglia venduta su mille è di grappa e spesso nei bar alla moda la bottigliera dei distillati stranieri è più che

trippla rispetto ad essa. Il suo consumo sembra ad appannaggio quasi totale della fascia di età superiore ai 30 anni.

La grappa ha una storia affascinante. Storia e nascita fatte di fatica e saggezza contadina. È l'unico distillato ottenuto partendo da una materia prima solida, uno scarto produttivo altrimenti destinato ad essere disperso nei campi come concime naturale naturalmente ricco di potassio. L'utilizzo di una materia solida avvicina il distillato italiano, più di tutti gli altri, al principio alchemico che voleva estrarre l'anima, la quintessenza dai corpi solidi,

*È l'unico distillato ottenuto da uno scarto produttivo altrimenti utilizzato come concime*



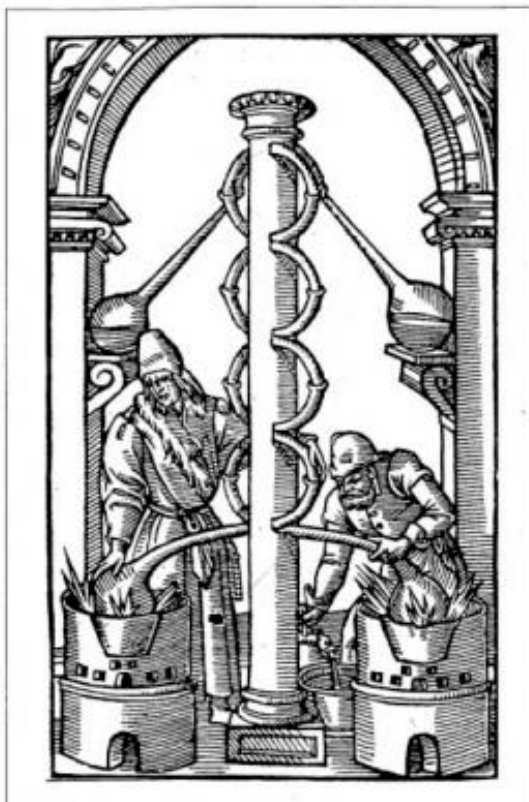




**VINACCE**  
LA FASE DELLA  
RACCOLTA.  
NELLE FOTO IN  
BASSO ALCUNI  
STRUMENTI DI  
PRODUZIONE

che vide secoli di tentativi vani nel tentare di ottenere oro da metalli e rocce di ogni genere. “Se il vino è la poesia della terra, la grappa è la sua anima” scriveva Mario Soldati. Probabilmente deve il suo nome al graspo dell’uva, utilizzato come materia prima insieme alle bucce. Anticamente il nobile latifondista, proprietario delle vigne, concedeva ai suoi braccianti, come parziale pagamento dei servizi della vendemmia, lo scarto della produzione del vino, le vinacce, che erano torchiate fresche o a fermentazione avvenuta. Le vinacce venivano quindi distillate o dilavate per ottenere un vinello da pasto che andava presto in acescenza con i primi cal-

di primaverili. Il termine grappa compare ufficialmente solo alla fine dell’800. Contestualmente vengono codificate le procedure per la sua produzione e la materia prima da utilizzare, senza che però queste vengano mai promulgate a livello ufficiale nazionale. In alcune aree del Piemonte resiste ancora il nome Branda, l’origine del termine chiaramente derivato da brandy, sta a dimostrare come il distillato fosse inizialmente ottenuto con il vinello, termine tecnico ad indicare un vino da pasto leggero ottenuto con il dilavamento delle vinacce, pratica oggi vietata dai disciplinari enologici. Dalla regione sabauda proviene un’importante testimonianza sulla nascita





LA PUREZZA  
DEL DISTILLATO  
E ALTRE FASI  
DEL PROCESSO  
DI PRODUZIONE  
DELLA GRAPPA

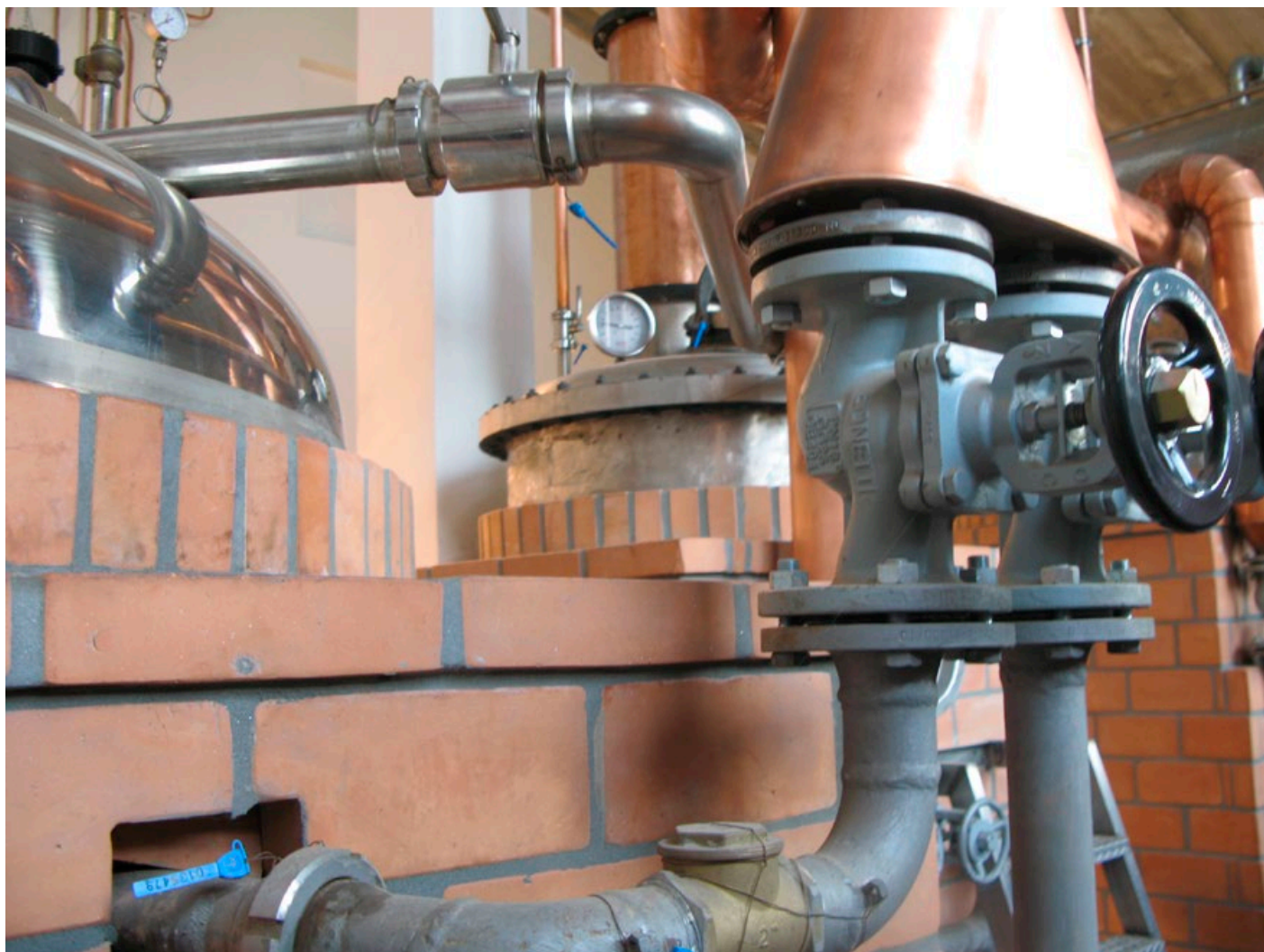


della distillazione in Italia, un documento del 1443 del dazio doganale, che attesta il pagamento di una tassa su un acquavite di origine enologica, definita nel documento “Branda di Barbera e Moscato” di cui non sappiamo con precisione la materia prima. Se fosse individuata nella vinaccia, porterebbe la grappa in testa alla cronologia dei distillati, antecedente, seppur di

poco, a Whisky e Armagnac.

Fonti scritte riportano che già nel 1700 a Franciscio, una frazione di Campodolcino, in provincia di Sondrio, come intere famiglie si dedicassero alla distillazione di vinacce, raccogliendo le stesse duran-

te i freddi mesi invernali, quando era impossibile coltivare i campi. Alcuni di loro giravano per i villaggi della Valtellina con alambicchi a ruote, altri trasportavano in montagna la vinaccia sui carri di ritorno dal mercato, dove avevano venduto i loro formaggi d'alpeggio. Questa attività diede vita alla leggendaria figura dei “grapat”, la cui famiglia più famosa sarà quella dei Levi, seguita dai Francoli e dai Dalla Morte, la cui diaspora dal paese natio darà vita a molte distillerie ufficialmente registrate sul territorio italiano. La grappa per lungo tempo fu un prodotto tipico del nord Italia, radicato in Piemonte, Trentino, Veneto, Lombardia e Friuli, ma dopo la fine della Prima Guerra Mondiale, si conquistò nuove fette di mercato e di consumatori entusiasti, diventando culturalmente il distillato nazionale. I soldati di ritorno dal fronte



furono gli “ambasciatori” del distillato, portandolo ognuno nella propria regione di origine ed iniziando, avendone appreso il metodo produttivo, a distillare a livello familiare, i vitigni tipici della loro zona.

Grazie a questa conoscenza e diffusione si crearono i presupposti per una vera distribuzione nazionale che proseguì, nel secondo dopo guerra, con alterne fortune, legate alla qualità non sempre cristallina dei prodotti. Le prime distillerie stoccavano le vinacce in silos di cemento in attesa della distillazione, ma in questi luoghi umidi si sviluppava molto presto una muffa composta di batteri acetici, il cui gusto pungente veniva trasferito al distillato. Per ovviare a questo problema vennero sviluppati degli alambicchi semoventi, in grado di distillare le vinacce appena torchiate direttamente nei cortili dei contadini. Con

l'evoluzione dei sistemi di stoccaggio e l'affinamento delle tecniche di distillazione queste macchine divennero inutili ed ora si possono ammirare all'interno dei musei della Grappa di alcuni produttori storici. In aggiunta a questo difetto, nella primordiale distillazione a fuoco diretto, non esistevano manometri e termometri, pertanto il naso e la mano appoggiata all'alambicco, del distillatore svolgevano un compito fondamentale. La sottile differenza di temperatura (4 gradi) con la quale l'acetato di etile evaporava, rispetto all'alcol etilico, spesso giocava brutti scherzi, nell'eventualità del famoso “colpo di fuoco”: un improvviso sbalzo di temperatura. Inoltre spesso la grappa aveva sentori di “cotto” o “bruciato” perché le vinacce a contatto con l'alambicco caldo venivano scaldate eccessivamente. Una grappa molto cono-



sciuta a livello regionale è stata il “Filu e ferru” sardo, la cui distillazione fu introdotta dai piemontesi durante il “Regno delle due Sicilie”. Alcuni prodotti di queste due regioni recano ancora in etichetta la dicitura “Vej filfer”, “vecchio filo di ferro” o “Filu e ferru” a ricordare l’origine sabauda del nome. Il nome pare derivare non dalla gradazione alcolica elevata, tale da giustificare la parola ferru, ma dalla consuetudine di occultare il distillato sotto terra.

La distillazione familiare divenne illegale nel 1627, vietata da Carlo Emanuele I con un editto, con il nobile intento di scongiurare la piaga dell’alcolismo e i relativi problemi di salute dei sudditi dovute al consumo di distillati di dubbia qualità, ma, nei fatti, per rimpinguare le casse del Regno Sabauda con le tasse certe applicate sui distillatori legali. Per aumentare il gettito e aumentare le riserve monetarie, in vista dell’impresa di Garibaldi, fortemente voluta dai Savoia, si procedette su un’altra linea. Prima dell’Unità d’Italia, gli esattori del dazio davano in uso alle famiglie che desideravano distillare in proprio le vinacce, un alambicco di una particolare capienza in grado di produrre una quantità di alcol

giornaliera determinata con un ciclo produttivo stimato sull’esperienza maturata dal responsabile dell’ufficio imposte. Le tasse venivano calcolate in base all’alcol che si pensava di poter produrre, moltiplicato i giorni di distillazione richiesti dal capo famiglia, il quale era costretto a far lavorare l’alambicco 24 ore al giorno per mantenere i costi di produzione entro i limiti stabiliti. Da qui la nascita di intere famiglie dedite alla distillazione. Quei nuclei che non intendevano pagare le tasse, spesso eludevano il divieto distillando di notte e durante le nebbie per dissimulare il vapore dell’alambicco. Infine, per nascondere il distillato agli agenti del dazio, interravano le bottiglie, con un filo di ferro legato al collo che, posizionato fuori dal terreno, permetteva di ricordare il nascondiglio. La Grappa Piemontese contribuirà non poco alle spese belliche e alle mire espansionistiche del Regno Sabauda, grazie alle pesanti accise a cui sarà sottoposta, ricavando ben poco sotto l’aspetto qualitativo, nonostante che l’editto imponesse la presenza di un Protomedico, un funzionario statale di controllo, a vigilare sul distillato.

**Fulvio Piccinino**



# CRISTALLI DI GUSTO

## Glucosio, fruttosio, saccarioso: l'importanza dello zucchero nella miscelazione

di **GIOVANNI CECCARELLI**

**C**on il termine zuccheri si indica una famiglia di composti chimici organici, chiamati anche glucidi (dal greco glucos, dolce) che hanno numerose funzioni biologiche tra cui quelle di fornire energia all'organismo. Gli zuccheri più semplici sono detti monosaccaridi e i principali, ma non gli unici, sono fruttosio e glucosio. Due monosaccaridi si possono legare e formare i disaccaridi. Nel mondo del bar hanno particolare importanza il disaccaride maltosio (catena di molecole di glucosio) perché è lo zucchero che interviene nella fermentazione alcolica e il saccarioso (unione di glucosio e fruttosio) che è lo zucchero che si utilizza comunemente per dolcificare.

Il fruttosio è lo zucchero più dolce presente in natura; tuttavia non può sempre sostituire il saccarioso perché in soluzione

acquosa tende ad assumere quattro forme isomeriche, una sola delle quali è dolce, il beta-D-fruttopiranosio. Al di sotto dei 40°C il fruttosio disciolto in soluzione acquosa rimane più dolce del saccarioso ma, al di sopra di questa temperatura, il potere dolcificante scende perché la molecola tende a trasformarsi nelle altre forme. Il fruttosio non è quindi il migliore zucchero per edulcorare bevande calde. Il glucosio (o destrosio) è invece meno dolce del saccarioso. È possibile trovarlo anche in forma liquida; pochi dash possono essere utilizzati per conferire una texture più morbida a drink come il Manhattan senza dolcificare in maniera eccessiva.

Il saccarioso, generalmente chiamato zucchero, si ricava dalla lavorazione della canna da zucchero o della barbabietola da zucchero. Lo zucchero di canna si può



trovare in tre forme a seconda del grado di purezza. Quello meno puro, meno raffinato è lo zucchero di canna integrale ottenuto dalla sola evaporazione dell'acqua contenuta nel succo della canna. Raffinandolo parzialmente otteniamo lo zucchero grezzo e procedendo con la raffinazione otteniamo lo zucchero di canna bianco (commercializzati in Europa sono quelli con purezza superiore al 99,5%). Lo zucchero grezzo può anche essere ottenuto per successiva aggiunta di caramello o melasse allo zucchero di canna bianco (si escludono Muscovado, Demerara e Turbinado).

**Zucchero Turbinado:** è uno zucchero grezzo di colore giallo scuro, a grani grossi nel quale parte delle melasse sono state rimosse per centrifugazione.

**Zucchero Demerara:** zucchero ottenuto dalla prima cristallizzazione del succo

di canna da zucchero. Di colore giallo/oro prende il nome da una regione della Guyana.

**Zucchero Muscovado:** zucchero ottenuto dall'ultima cristallizzazione del saccarosio contenuto nel succo di canna da zucchero. I cristalli sono piccoli, scuri e contengono una grande quantità di melasse. Proviene dalle Filippine.

**Zucchero Integrale:** Con il termine integrale si intendono una categoria di zuccheri in cui i cristalli sono avvolti dal succo bollito di canna da zucchero dal quali si sono formati.

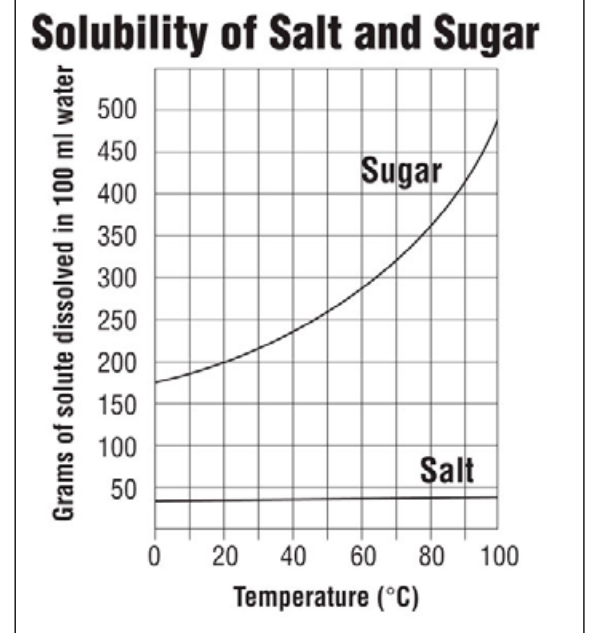
L'unico zucchero di barbabietola commercializzato è quello bianco ed è saccarosio con una purezza superiore al 99,7%. Quest'ultimo non è da ritenersi un surrogato dello zucchero di canna bianco poiché la molecola di saccarosio di tutti questi



### POKER DI ZUCCHERI

BIANCO,  
TURBINADO,  
MUSCOVADO  
E INTEGRALE

tipi di zuccheri è assolutamente identica. Lo zucchero (saccarosio) ha un'elevata solubilità in acqua, circa 2000gr/litro, ma una pessima solubilità in alcool (praticamente nulla). La solubilità aumenta con l'aumentare della temperatura poiché la reazione di dissoluzione è endotermica (cioè necessita di energia). L'incremento di temperatura, nel caso dello zucchero, aumenta non solo il quantitativo di solvente che è possibile sciogliere in una definita quantità di soluto ma anche la velocità con cui questo avviene. Anche la granulometria, unita all'azione di miscelare, aumenta la velocità di scioglimento dello zucchero: più i grani sono sottili, maggiore è la superficie di contatto solvente-soluto, maggiore la velocità di reazione. Questo spiega perché lo zucchero di canna grezzo, che generalmente si trova in grani grossi, richiede un'azione meccanica più prolungata per essere disciolto. Caipirinha e Mojito sono i drink più diffusi nei quali viene utilizzato zucchero semolato. Si consiglia di utilizzare uno zucchero semolato bianco (canna o barbabietola) che permette il bilanciamento dell'acidità del lime e dona corpo ai drink (rendendoli meno slavati) senza però coprire o alterare il gusto degli altri ingredienti, cosa che accadrebbe qua-



lora usassimo uno zucchero meno puro; quest'ultimo andrebbe anche a dolcificare meno a parità di quantità. Anche l'ordine di lavorazione degli ingredienti è importante: lo zucchero va disciolto nel succo di lime utilizzando il bar spoon prima di introdurre il rum o la cachaca perché lo scioglimento dello zucchero sarebbe rallentato o addirittura nullo, causando in bocca quella sgradevole sensazione sabbiosa dovuta ai cristalli dispersi nel liquido ancora allo stato solido.

Concludendo, lo zucchero di canna bianco e quello di barbabietola bianco sono da ritenersi uguali per via della loro purezza in saccarosio. Gli zuccheri grezzi o integrali a parità di peso dolcificano meno per la maggiore presenza di impurità (quindi minor presenza di saccarosio) e sono più difficili da sciogliere per via della maggior dimensione dei grani ma conservano, se genuini, il sapore di melasse. Quindi per un corretto utilizzo di un qualunque zucchero cristallino, è necessario scioglierlo nelle componenti alcoliche con l'azione meccanica di un barspoon prima di procedere con tecniche di miscelazione che prevedono l'abbassamento della temperatura in seguito all'aggiunta di ghiaccio.

**Giovanni Ceccarelli**





DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA DA  
SPIRITS OF INDEPENDENCE ITALIA

*SPIRITS*  
*of INDEPENDENCE*  
*Italia*

**SPRITS OF INDEPENDENCE ITALIA S.R.L.**  
Boutique brands per bartenders,  
chefs & altri intenditori

Vicolo Della Basilica, 4  
21100 Varese  
Italy

# MOCHA EXPRESS

## Dall’Etiopia all’Europa il lungo viaggio fino alla nostra tazza

di **DAVIDE COBELLI**

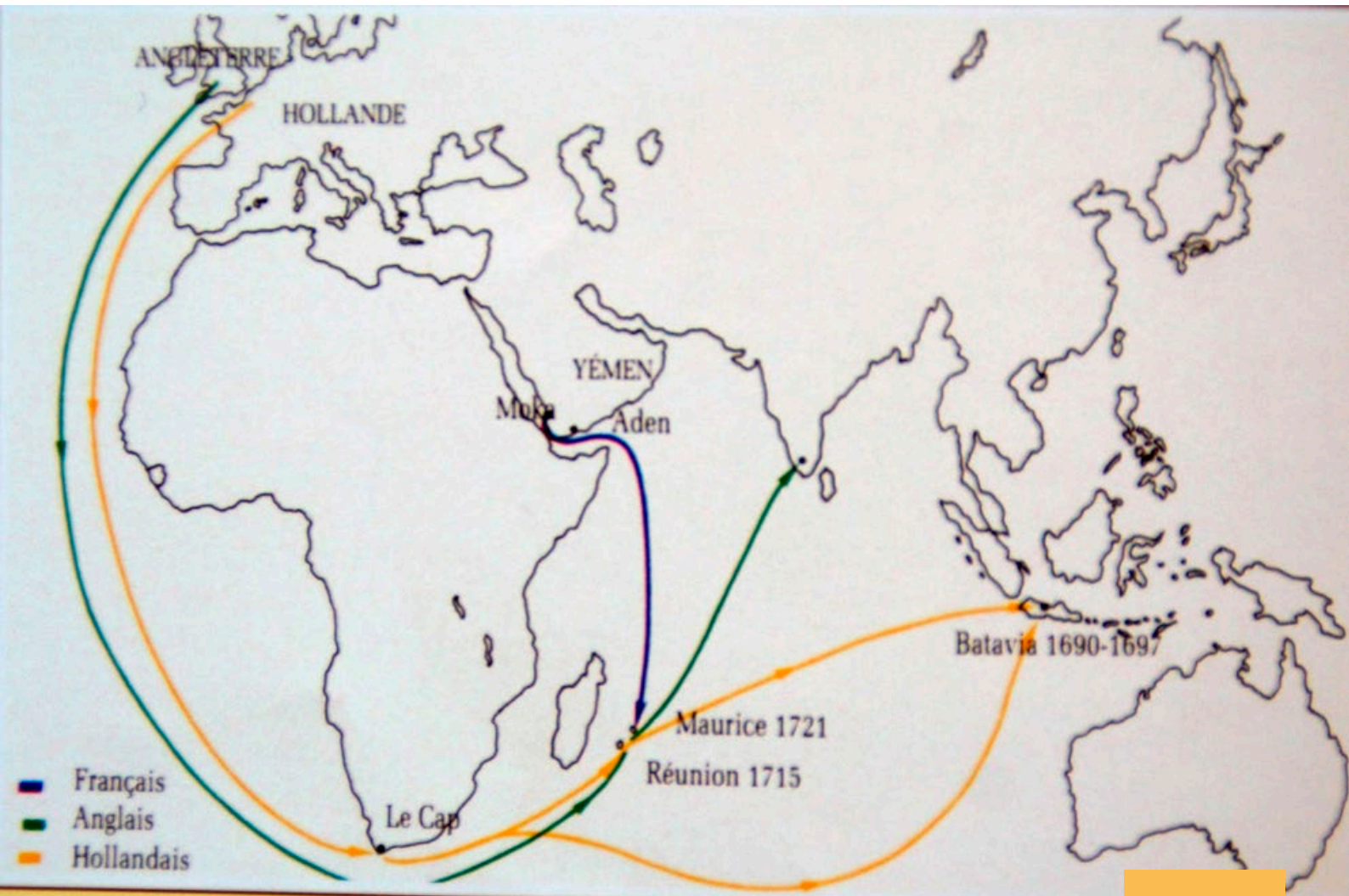
**C**onosciamo il caffè come prodotto finito, ma quello che troviamo in tazza da dove arriva? Terre lontane e tempi andati, racchiusi nel profumo di un pugno di chicchi tostati. Il caffè ha origini antiche, le prime notizie risalgono al primo millennio (ma in realtà pare anche da molto prima), la patria e culla del caffè è certamente l’Etiopia, in particolare la regione dell’Oromia. Le storie sulla scoperta del caffè sono varie e tutte contrastanti ma una delle più affascinanti è quella che attribuisce a un pastore di nome Kaldi la paternità della scoperta.

Secondo la leggenda fu notato da un monaco danzare con le sue capre, e, dopo che esse avevano brucato delle bacche da un cespuglio, egli prese le bacche e le portò al monastero per utilizzarle e consumarle durante le notti di preghiera. Una cosa interessante è che, all’inizio, della pianta non erano utilizzate solo le sue bacche, ma anche le foglie che venivano chiamate “Kati”. Secondo la tradizione la bevanda si preparava in

2 modi: il vero e proprio “kati” da foglie del caffè tostate, e l’ “amertassa” in cui le foglie verdi erano, e sono tuttora, solo leggermente essiccate come quelle del tè. Il “kati” tradizionale si prepara facendo tostare in una padella le foglie del caffè, appena assumono il color marrone si frantumano e si infondono nell’acqua a fuoco lento con zucchero e un pizzico di sale.

Gli Oromi, come tutte le popolazioni di quei tempi, erano in lotta per le conquiste di terre e usavano il caffè come eccitante, ne facevano delle palle insieme al grasso e lo mangiavano durante le battaglie per avere più energie. Nel regno di Kaffa nasce la prima figura dei baristi di oggi, allora chiamati “tofacò”, una casta che serviva al Re la bevanda nervina. Dall’Etiopia il caffè partì alla conquista del mondo, passando per lo Yemen. Sarà casualità che il più conosciuto porto Yemenita si chiami Al’Makkha o Mocha? Dallo Yemen agli altri paesi mediorientali il percorso è breve: Egitto, Siria e Turchia sono stregate dal nero elisir. Dall’Arabia, in particolare, il viaggio del caffè nel 1600, prende una strada diversa: l’India. Si racconta che un santone indiano di nome Baba Budan al ritorno da un pellegrinaggio alla Mecca, portò con sé 7 chicchi di caffè che fece piantare nella zona di Chikmagalur, nell’o-





### LE ROTTE DEL CAFFÈ

DALL'ETIOPIA  
AI PRIMI  
LOCALI  
EUROPEI

vest dell' India, vicino a Mysore. Sull'altro fronte geografico il caffè entra prepotentemente in Europa da Instabul. Le prime "Botteghe del Caffè" in Europa risalgono agli anni 1650-1688. Ricordiamo la prima a Oxford, poi Marsiglia e Parigi. In Italia la prima "Bottega del Caffè" fu aperta a Venezia, in seguito avrebbe aperto i battenti il "Caffè Florian" che ancora oggi tutti noi conosciamo. Anche a Vienna aprì i battenti la prima "bottega". Una guerra tra l'esercito ottomano e quello austriaco vide sconfitti i Turchi che si ritirarono da Vienna. Un soldato austriaco (tale Kolschinski) venne infiltrato nell'armata avversaria e scoprì le intenzioni e le mosse ottomane. Kolschinsky riuscì poi ad attraversare le fila turche per avvertire anche gli alleati polacchi che intervennero facendo così ritirare gli invasori. Insieme a numerosi



cammelli, gli invasori ottomani lasciarono anche dozzine di sacchi contenenti grani verdi che gli Austriaci non avevano mai visto prima. Kolschinski, invece, sapeva



infatti che ciò che aveva davanti non era cibo per cammelli e sapeva anche come usarlo. Chiese dunque come ricompensa proprio quei sacchi ed un edificio nella città, e così, dopo pochi anni nacque la prima “Bottega del caffè” viennese, il “Blue Bottle”.

*Il Kopy Luwak,  
il più costoso  
del mondo,  
è la versione  
moderna  
dell'ottocentesco  
caffè di scimmia*

scimmie a raccogliere il caffè, ma la realtà apparve subito diversa. Ci si trovò a parlare del “caffè di scimmia”. Conosciuto già dal XIX secolo il “caffè di scimmia” non è altro che l’antenato del nostro attuale “kopi luwak”, il caffè più costoso al mondo, ed è esattamente allo stesso modo che viene prodotto. Le scimmie mangiavano

le bacche di caffè di cui erano ghiotte e gli escrementi venivano tostati per ottenere, pare, un caffè straordinario. Da quel periodo in poi, le Compagnie delle Indie Olandesi e Inglesi ne praticarono l’esportazione da India e Indonesia e i porti di Londra e Amsterdam furono il punto di arrivo del caffè.

I primi carichi non furono però apprezzati ma scartati in quanto durante la lunghissima traversata, in alcuni periodi dell’anno, i chicchi si ricoprirono di una patina giallastra per effetto di piogge e venti umidi dell’oceano Indiano, i monsoni. Più tardi si sarebbe scoperto, provando a tostarli, che avevano un loro gusto “particolare” e molto apprezzato. Sono i caffè che oggi chiamiamo “monsonati”.

I “monsonati” sono oggi esportati durante tutto l’anno, creati verosimilmente secondo la tradizione con l’ausilio della tecnologia. Il caffè avrebbe fatto tanta strada, da sud a nord e da ovest a est e alla fine avrebbe conquistato il mondo intero divenendo la seconda bevanda più bevuta al mondo.

**Davide Cobelli**



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

A large, elegant wine glass filled with red wine is positioned on the left side of the advertisement. The glass is partially filled, and the wine has a rich, dark red color. The glass is set against a black background, and its reflection is visible on the surface below it.

Uno stile di vita  
italiano nel mondo.



Portati a casa un pezzetto di Toscana: degusta e  
metti in tavola, arreda con le proposte di RCR  
Cristalleria Italiana, il gusto toscano per il bello.

# GLI IMPERDIBILI DRINK DI TONY

## Drinks - Unravelling the mysteries of flavour and aroma in drink

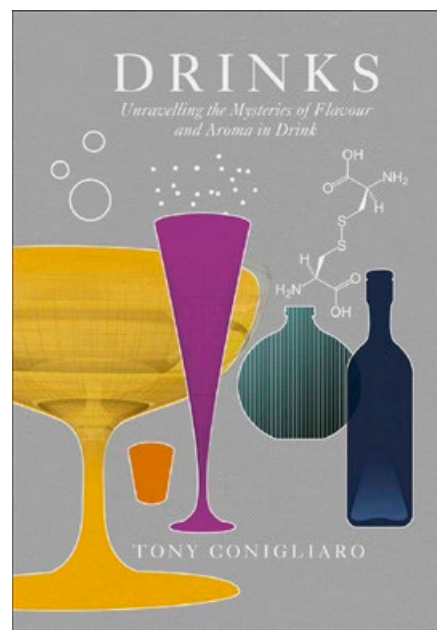
Tony Conigliaro

Ebury Press (25,02 euro)

**T**ony Conigliaro, uno dei bartender più creativi della scena mondiale e da 15 anni esponente di spicco della scena londinese, è riconosciuto come uno dei personaggi più influenti nel mondo della mixology.

Conigliaro ha sempre avuto un approccio scientifico con la miscelazione, sempre alla ricerca dell'essenza profonda e dell'anima degli ingredienti che miscela, uno studioso che come un alchimista moderno si spinge non solo nella ricerca della combinazione perfetta di ingredienti, ma va anche e soprattutto alla ricerca del perché una combinazione è perfetta e funziona, esattamente come fa uno scienziato. È, insomma, un grande innovatore che fa della semplicità una delle chiavi del suo successo che lo vede comunque molto legato alla miscelazione tradizionale. Spesso ripete: "uno degli aspetti più interessanti nella riscoperta della miscelazione classica è la possibilità di modernizzarla cercando la strada giusta per rendere il lavoro del passato più accessibile o accettabile ai palati moderni".

"Drinks" è un libro eccezionale che ripercorre cronologicamente la storia e la carriera di Tony C, come amano chiamarlo gli amici, un viaggio nel tempo alla scoperta del suo lavoro, la sua evoluzione. Tutti i suoi progetti più importanti e le sue ricerche sono raccontate in maniera dettagliata insieme alle numerose ricette che hanno



segnato la sua carriera.

Dal lavoro sulla riscoperta dei grandi classici della miscelazione, fino alle preparazioni home made di sciroppi cordiali e liquori, le sue famose tinture e le essenze, le tecniche innovative e gli strumenti, la contaminazione della cucina molecolare applicata alla miscelazione, le ispirazioni prese dal mondo della profumeria, la storia del suo laboratorio e dei suoi locali e di come le sue origini italiane hanno influenzato il suo punto di vista sul bere miscelato. Insomma tutto ciò che rende questo grande bartender uno dei personaggi chiave della miscelazione a livello mondiale è racchiuso in questo volume di oltre 200 pagine. Imperdibile per chi vuole allargare gli orizzonti e avere un punto di vista autorevole sull'evoluzione ed il cambiamento della mixology moderna.

**Leonardo Leuci**

**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**

**Rum Matecoy**

**RESERVA SUPERIOR**  
GENUINAMENTE ENVEJECIDO

*Este superior de la caña,  
antes de su lento proceso de destilación, se ha enriquecido  
con la máxima herencia y se ha enriquecido con mucho más  
en su proceso de envejecimiento largo y complejo.*

**15 AÑOS**

METODO TRADICIONAL CUBANO  
40% Vol.  
70 cl e

**Rum Matecoy**

**RESERVA INFERIOR**  
GENUINAMENTE ENVEJECIDO

*Este superior de la caña,  
antes de su lento proceso de destilación, se ha enriquecido  
con la máxima herencia y se ha enriquecido con mucho más  
en su proceso de envejecimiento largo y complejo.*

**21 AÑOS**

METODO TRADICIONAL CUBANO  
40% Vol.  
70 cl e

**Rum Matecoy**

**RESERVA INFERIOR**  
GENUINAMENTE ENVEJECIDO

*Este superior de la caña,  
antes de su lento proceso de destilación, se ha enriquecido  
con la máxima herencia y se ha enriquecido con mucho más  
en su proceso de envejecimiento largo y complejo.*

**25 AÑOS**

METODO TRADICIONAL CUBANO  
40% Vol.  
70 cl e

**Rum Matecoy**

**RESERVA INFERIOR**  
GENUINAMENTE ENVEJECIDO

*Este superior de la caña,  
antes de su lento proceso de destilación, se ha enriquecido  
con la máxima herencia y se ha enriquecido con mucho más  
en su proceso de envejecimiento largo y complejo.*

**18 AÑOS**

METODO TRADICIONAL CUBANO  
40% Vol.  
70 cl e

**Rum Matecoy**

**RESERVA SUPERIOR**  
GENUINAMENTE ENVEJECIDO

*Este superior de la caña,  
antes de su lento proceso de destilación, se ha enriquecido  
con la máxima herencia y se ha enriquecido con mucho más  
en su proceso de envejecimiento largo y complejo.*

**12 AÑOS**

METODO TRADICIONAL CUBANO  
40% Vol.  
70 cl e

*Matecoy*