

BarTales



ANNO II | N. 1 | AGOSTO-SETTEMBRE 2014

Face to face
**WONDRICH,
LETTERATURA
& DRINK**

Report
**CRONACHE
DI NEW ORLEANS**

IL CAPITANO MC COY



THE
TEQUILA

DonJulio | **MAKE YOUR MOVE™**

DIAGEO PROMUOVE IL BERE RESPONSABILE



- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
ROTTA SUL GUSTO
- 7** **Informaibes** ASPETTANDO IL NAZIONALE...
- 8** **News** DAL MONDO
- 10** **Face to face** di Melania Guida
WONDRICH, LETTERATURA & DRINK
- 14** **Trend** di Fabio Bacchi
SPIRITO DEL DESIDERIO
- 22** **Report** di Fabio Bacchi
CRONACHE DI NEW ORLEANS
- 28** **Cocktail story** di Gianni Zottola
IL SEGRETO DELLA PINA
- 38** **Focus on** di Giulia Arselli
BENVENUTI ALL'EMPLOYEES ONLY

- 44** **Bar story** di Fabio Bacchi
BILL, IL CAPITANO
- 52** **Primitive drink** di Jimmy Bertazzoli
C'ERA UNA VOLTA IL SAOCO
- 58** **Hot spirit** di Leonardo Pinto
L'ACQUAVITE DEGLI SCHIAVI
- 65** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli
UN PO' PIGNA UN PO' MELA
- 70** **Book corner** di Alessandro Palanca
MOONSHINE. A CULTURAL HISTORY
OF AMERICA'S MOST INFAMOUS LIQUOR

BarTales

N. 12 | AGOSTO-SETTEMBRE 2014

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiozacchi@bartales.it)

ART DIRECTOR

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

Giulia Arselli, Jimmi Bertazzoli, Giovanni Ceccarelli, Alessandro Palanca, Leonardo Pinto, Gianni Zottola

EDIZIONE WEB A CURA DI

Dinamica Digitale srl

(info@dinamicadigitale.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

Copertina

Elaborazione grafica di Cinzia Marotta

Redazione

Via Pigna, 182 - 80128 Napoli

© COPYRIGHT

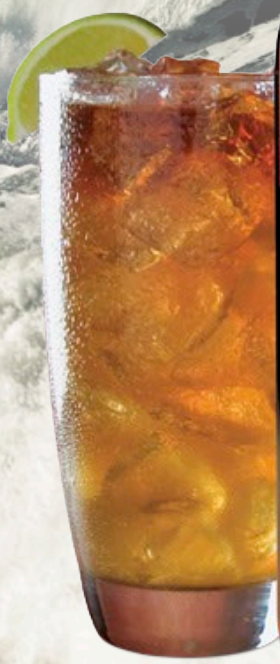
BAR TALES - Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di questa pubblicazione può essere riprodotta. Ogni violazione sarà perseguita a norma di legge.

Gosling's Rums

BERMUDA SINCE 1806

IMPORTATO E DISTRIBUITO DA

PALLINI



Gosling's DARK 'n STORMY®



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

ROTTA SUL GUSTO

E se davvero il 70% della terra fosse coperto di acqua tonica? Se davvero fosse veritiera la scritta all'entrata del St. Peter Cafè di Horta, quel fantastico yachting bar nel cuore delle Azzorre? Estate, voglia di evasione, pausa per immaginare e ridefinire limiti e confini. Solcare le rotte inusitate di un nuovo portolano dei drink. Farsi trascinare dall'euforia alcolica di una città effervescente come New Orleans, la sola a poter realizzare quello che è il più grande evento del bartending mondiale. Per vederne e assaggiarne di ogni. Gravitare intorno a una galassia che anticipa mood, decreta stili, stigmatizza tendenze. E che come una bussola indica precisa le linee della nuova mixology. *Easy drink*, soprattutto. Formula che traduce il bisogno di spensieratezza per corrispondere a una ritrovata voglia di leggerezza. Sull'onda morbida e

nostalgica del *come eravamo*. C'è un po' meno entusiasmo per le sofisticazioni di ricette complicate, esasperate da ricerche di ingredienti faticosi. C'è bisogno di una pausa, forse non solo estiva. C'è voglia dei favolosi anni Settanta, con al massimo qualche incursione negli '80. Genere "Animal House", dirompente cult movie di John Landis, avete presente? Lo aveva anticipato David Wondrich, lo abbiamo verificato anche noi, unico bar



magazine italiano presente a "Tale of the Cocktails". Avanza poi inarrestabile il Tequila seguito a ruota dal Mezcal, dal Pisco e dai Whiskey americani. Non si dovrebbe sottolineare, ma noi di BarTales ce ne eravamo accorti con congruo anticipo. Prevale poi su tutto il saggio termometro del gusto, arbitro indiscutibile di ogni autentico buon mix. Finalmente. In fondo una virata in direzione di una maggiore attenzione al consumatore ci sembra la traiettoria giusta per il miglior approdo. O no? Intanto, buona navigazione. E buone vacanze.



“Già il preferito tra gli intenditori Londinesi”

WALLPAPER

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

ESQUIRE

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

MONOCLE



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

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

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



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



SIPSMITH
independent spirits



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

ASPETTANDO IL NAZIONALE...

La stagione estiva rappresenta per l'Italia il massimo coinvolgimento professionale per tutti gli addetti nel settore dell'ospitalità. Settore che, ricordiamo, non è insensibile alle turbolenze economiche che attraversano il nostro paese. Anche in AIBES le attività continuano sostenute perché gli impegni che ci si è prefissi non consentono soste o ritardi preventivi. Nel mese di giugno, a Pompei, si è riunito per la prima volta il nuovo Consiglio durante il quale sono state affidate le cariche dei singoli Consiglieri e che già conoscete. La Presidenza è stata presente all'ultimo meeting IBA in Germania durante il quale si è portato avanti il progetto di assumere la presidenza IBA. Il mese di agosto, invece, ci vedrà impegnati nella scelta della sede che ospiterà il prossimo Concorso Nazionale.

La sezione Campania anche quest'anno ospiterà il suo evento più rappresentativo, Barmen in Passerella, che si terrà nella sua ormai sede storica di Piano di Sorrento sotto la guida organizzativa del socio Luigi Gargiulo. A Ottobre, all'Isola d'Elba, si terrà il primo concorso ufficiale italiano di AIBES dedicato alle socie barlady. La prima edizione di AIBES Lady Cocktail Competition si terrà dal 5 al 7 ottobre nella splendida cornice di Villa Ottone, dove opera come resident bar manager il socio Paolo Stoppa. Negli stessi giorni si terrà anche l'Assemblea Nazionale dei soci durante la quale verranno presentati e discussi i programmi futuri. AIBES Lady Cocktail sarà un evento molto articolato; il concorso avrà un'ispirazione legata all'epopea napoleonica, che all'Elba ha vissuto importanti momenti, e la scenografia ricalcherà il tema. Al concorso delle barlady si affiancherà un altro evento dedicato ai giornalisti di settore con la presenza dei più importanti brand di settore. Sempre nel mese di ottobre partirà un corso di aggiornamento per i formatori volto il cui programma è in piena fase di studio. Con grande piacere abbiamo visto BarTales accreditato come unico bartending magazine italiano a Tales of the Cocktail con il report che leggerete in questo numero. C'è da essere molto felici per tutto ciò che si sta facendo in questi tempi, ma questa gioia è mitigata dalla triste notizia che ci giunge mentre scriviamo. È stato un anno con molti lutti e adesso anche Franco Doga e Domenico Massaro ci hanno lasciati. Hanno ricoperto importantissimi incarichi e non citeremo le loro sezioni di appartenenza perché sono un patrimonio di tutta l'AIBES.

Pietro Attolico

Presidente Aibes Promotion Srl

Andrea G. Pieri

Presidente A.I.B.E.S.

FORMAZIONE E CERTIFICAZIONE

L'Associazione dei Produttori di Rum Caraibico (WIRSPA) ha lanciato in Europa e nel Nord America una campagna di formazione sul Rum rivolta a bartender e professionisti del settore. Le sessioni didattiche dureranno fino a novembre 2015 nelle maggiori città europee e del Nord America. Il Programma di certificazione include un training nel paese di appartenenza e un corso di approfondimento ai Caraibi. Info: http://www.acr-rum.com/en/learn/certification_programme#event/



CALENDARIO CAMPARI 2015

Eva Green, star di Sin City, è stata scelta come volto icona del calendario Campari 2015. L'attrice di origine francese sarà fotografata da Julia Fullerton-Batten, prima donna fotografo a essere coinvolta nel progetto del calendario Campari. Tema prescelto la Mitologia Mixology esplorato attraverso 12 cocktail classici. "È una cosa incredibile come alcune di queste ricette nate più di 100 anni fa, siano ancora pertinenti e ricercate nel mondo di oggi" ha detto l'attrice. La Green si aggiunge ad una lunga lista di donne che hanno posato per il calendario Campari negli ultimi 16 anni, tra cui Eva Mendes, Jessica Alba, Mila Jovovich, Penelope Cruz e il volto dello scorso anno, Uma Thurman.

CANTINA DI MARE

168 bottiglie di champagne, tra le quali 47 targate Veuve Clicquot sul fondo del mar Baltico. Ritrovate a bordo di un relitto affondato nel XIX secolo e destinate con ogni probabilità alla corte degli zar. Le ha ritrovate un sommozzatore qualche anno fa e ora lo staff tecnico della maison di Reims mira a verificare la resistenza dello champagne sott'acqua. Grazie all'assenza di luce, la temperatura costante e l'immobilità. È iniziato così un nuovo progetto attraverso il monitoraggio del processo di invecchiamento, durante il quale Veuve Clicquot recupererà a cadenza regolare alcuni dei vini immersi ed eseguirà alcune degustazioni comparative. Per capire e carpire i segreti del Baltico.



WHISKY AROMATIZZATI

Secondo Laurent Lacassagne, top manager di Pernod Ricard nel segmento Whisky e Gin, gli Scotch Whisky non dovrebbero essere assenti dal segmento degli spiriti aromatizzati e collocarsi in un mercato che sposa tradizione e innovazione, salvaguardando il patrimonio dello Scotch ma bilanciandolo con le nuove tendenze. Marchi come Dewar's Highlander Honey, J&B Urban Honey e Ballantine's Brazil stanno ottenendo lusinghieri risultati pur utilizzando la denominazione di bevanda spiritosa aromatizzata per non contravenire ai regolamenti comunitari che sono molto rigidi sul Whisky permettendo solo acqua e caramello colorante. Il suggerimento arriva in particolare da un gruppo di analisti scozzesi che ha consigliato la mossa strategica per mantenere l'interesse dei consumatori.



BOLOGNA E LAURENT PERRIER

La maison francese Laurent-Perrier arriva in Italia, a Bologna. La storica azienda francese produttrice di champagne annuncia la nascita della sua filiale italiana, alla cui direzione

vi sarà Luigi Sangermano, imprenditore bolognese. Laurent-Perrier Italia sarà la settima filiale della maison nel mondo e si occuperà della distribuzione

in esclusiva dei suoi Champagne sul mercato italiano. L'obiettivo è quello di rafforzare la presenza nel nostro Paese, dove esiste un'importante e significativa quota di mercato di fascia alta. Bologna è stata scelta in quanto riconosciuta come una dei capisaldi dell'alta gastronomia italiana.



INTERNATIONAL SPIRITS CHALLENGE 2014

Crème de Cassis de Dijon è stato premiato Supreme Champion in occasione dell'International Spirits Challenge 2014 che si è svolto all'Honorable Artillery Company di Londra. Il liquore ha superato altri 30 prodotti nell'evento realizzato da Drinks International giunto alla sua XIX edizione. I giudici ISC hanno assegnato un totale di 34 trofei, 10 in più rispetto allo scorso anno, in degustazioni alla cieca di oltre 1.000 prodotti. Suntory è stata nominata Distiller of the Year per il terzo anno consecutivo oltre a essersi aggiudicata un totale di otto ori battendo il precedente bottino di sei medaglie.





WONDRICH, LETTERATURA & DRINK

«Basta con l'eccesso di sofisticazione.
C'è voglia di spensieratezza e di easy drink»

DI MELANIA GUIDA



Galeotta fu l'insalata. Di riso. Non che non avesse già stregato i fan dal palco romano dell'Ambra, David Wondrich. Ma davanti a un piatto italiano il guru del bere miscelato si illumina, sprigiona un'empatia ancor più contagiosa e si racconta in un italiano quasi perfetto. Perché anche se è nato in Pennsylvania, il padre è triestino.

Dunque, Wondrich, il "mixographer" per eccellenza che il New York Times ha definito "un iPod vivente in tema di storia e ricette di drink", spiega Wondrich. Vale a dire come si diventa uno dei più acclamati storici della miscelazione americana. «Assolutamente per caso» butta lì con nonchalance. «Avevo 20 anni e mi piaceva suonare. Volevo fare il musicista ma avevo il terrore di suonare in pubblico. Tanto che riuscivo a far vibrare il basso solo dopo aver buttato giù qualche Martini. Poi la paura è passata ma l'amore per i drink è rimasto».

Che succede allora? «Succede che non sono riuscito a diventare una rock star – dice ricendo – e allora ho cominciato a studiare seriamente. Mi sono laureato e ho conquistato un dottorato in letteratura comparata e dopo un po' una cattedra d'inglese a Staten Island». Mica male. «Certo. Ma non ero molto felice. Anzi, non lo ero affatto. Così per lenire il malessere scrivevo di musica, qualche recensione dopo un concerto. Un giorno arriva la telefonata di un amico che lavorava per *Hearst* che mi chiede una recensione su un cocktail. Se scrivevo di musica perché non scrivere di drink? Comincio così a tenere una rubrica settimanale per il website di *Esquire* e piano a piano a imparare a fare cocktail e ad accumulare una raccolta sistematica di ricette».



FORMAZIONE

DAVID WONDRIK AL TEATRO AMBRA DI ROMA DURANTE IL SEMINARIO SULLA MISCELAZIONE AMERICANA. PH PATRIZIA BEVILACQUA.



È l'inizio di una nuova vita. Da quel momento diventerà un affermato storico del cocktail e inizierà a scrivere per altre riviste e quotidiani come "Saveur", "Ophra", "Real Simple" e "Wine and Spirits". Il passo verso l'editoria è breve. Molte le pubblicazioni, i suoi libri sono oggetto di culto nel mondo del bartending mondiale e vincitori di alcuni tra i più ambiti premi letterari del settore. Solo per ricordarne qualcuno, "Punch: the Delights (and Dangers) of The Flowing Bowl" (Perigee, 2011), rappresenta il non plus ultra dell'indagine storica in un settore da sempre contornato da falsi miti e leggende urbane. E poi c'è "Imbibe!" a ripercorrere la vita del più celebre dei barman, Jerry Thomas, con una completa mappatura delle ricette e degli ingredienti del periodo. Il segreto del successo? «L'aver coniugato l'approccio letterario tipico della formazione di docente al mondo dei cocktail. Con un inglese colloquiale e puntando su una



ricostruzione socio-antropologica della cocktail culture».

Un universo sempre in mutamento, che cambia pelle velocemente. «Oggi il bartender è diventato come lo chef. È molto facile incontrare giovani ben educati che scelgono con consapevolezza questa professione che può dare loro grandi soddisfazioni. Il mondo è cambiato, le professioni considerate cheap sono oggi diventate appetibili». In che direzione vira la mixology? «C'è una duplice tendenza. Da un lato un versante tecnico-scientifico. Dall'altro, il ritorno alla semplicità. Mi spiego. La gente è un po' stanca dei giovani bartender troppo sofisticati, di ricette dalla ricerca esasperata. Ha voglia piuttosto di essenzialità. Di *easy drink*. Di ritrovare spensieratezza. Non è un caso la neo-nostalgia degli anni Settanta. Con il ritorno in voga dei jelly shot e dell'Harvey Wallbanger, per intenderci».

Sorseggia lentamente il suo espresso e adocchia un basso appoggiato alla



parete. Comincia a suonare Wondrich, colto da un raptus irresistibile. Faccio giusto in tempo a chiedergli del prossimo progetto. «Un grande volume – dice tra note metalliche che implorano un amplificatore – un testo di 600-800 pagine con la storia di tutti gli spirit del mondo». Un lavoro lungo che porta avanti con uno staff di dieci assistenti e cento collaboratori. Senza contare la seconda edizione di «Imbibe!». Forse anche in italiano.

Melania Guida



SPIRITO DEL DESIDERIO

Modaiolo, seducente e trendissimo Tequila

DI FABIO BACCHI

Se sulla scena mondiale c'è uno spirito in grado di scatenare guerre commerciali combattute a colpi di acquisizioni e joint venture che coinvolgono intere aziende e distillerie que-

sto è sicuramente il Tequila. Gli analisti e i financial manager dei maggiori gruppi mondiali sono in prima linea a redigere, studiare e riflettere su report e piani aziendali che hanno come oggetto il Tequila che



ogni anno cresce a due cifre nei maggiori mercati, quelli più influenti sulle tendenze di consumo. Il Tequila si è finalmente liberato della sua immagine di shot spirit per giovani e studenti con la quale era in passato identificato e sta conquistando una nuova generazione di consumatori sofisticati, attenti alla qualità di vita e all'immagine che da essa ne deriva.

L'incremento di un consumo basato sulla qualità è iniziato una decina di anni fa, da allora non si è fermato e non ci sono segnali che lascino supporre il contrario in un mercato comunque in continua evoluzione. Gli USA sono il mercato di riferimento mondiale per questo prodotto e l'anno scorso si è registrato un aumento del 72%, rispetto al 2002, secondo i dati forniti dal Distilled Spirits Council degli USA. Il dato importante è che questo aumento è identificabile con i consumi di premium e super premium brand 100% agave.

Le dinamiche del posizionamento dei nuovi Tequila per alcuni versi, seguono le stesse dinamiche della Vodka. Pack ricercati, esclusività, alta qualità, sono i

valori che devono riassumere gli spirit ricercati dal consumatore alto che fa leva su preferenze sofisticate per affermare il proprio status. Il Tequila è oggetto di desiderio anche di molte *celebrities* che ne hanno intravisto il business economico e di immagine. Queste operazioni commerciali si concretizzano spesso con joint venture che vedono coinvolti grandi gruppi aziendali e nomi dello star system come quella tra Sean "Diddy" Combs e Diageo per il brand Tequila De Leon, una accoppiata vincente nel brand building di prodotti di lusso. Tequila De Leon non è molto conosciuta fuori Jalisco ma è indubbio che debba avere grandi qualità e potenziale per attirare una persona come Sean Combs che certamente non spenderebbe le sue risorse ed immagine per un prodotto che non sia all'altezza delle sue preferen-

*Il Tequila
sta conquistando
una nuova
generazione di
consumatori più
sofisticati e attenti
alla qualità*

ze. Altre operazioni simili vedono coinvolti Justin Timberlake e George Clooney.

Il Tequila è modaiolo, affascinante, ed è indicativo il caso di Tequila Peligroso in orbita Diageo. Tequila Peligroso, che pur significa “pericoloso”, è il brand preferito dai surfisti a dimostrazione di come un prodotto possa identificarsi con una tipologia di consumatori e diventarne uno status symbol. Justin Timberlake con il brand Tequila 901 intercetta il segmento di mercato della sua immensa platea di giovani fan americane che sono tra le più grandi consumatrici al mondo di Margarita.

Ma se per alcuni prodotti l’appeal è con-

seguito attraverso una immagine seducente nel caso dei premium Tequila i consumatori si dimostrano attenti al messaggio di tradizione e autenticità che devono identificarsi con il prodotto; vogliono sapere cosa rende speciale un prodotto, che tipo di agave viene utilizzata, quante bottiglie ne vengono prodotte, che metodi di controllo vengono osservati nella realizzazione del prodotto. I dati pubblicitari analizzati dai media americani evidenziano che quando un prodotto è direttamente collegabile alle personali preferenze del suo testimonial gli effetti sono altamente positivi. Queste considerazioni in termini di marketing so-

LE RICETTE

ALREDEDOR DE OAXACA

by George Bagos - Dos Agaves - Atene

INGREDIENTI

- 30 ml Tequila Don Julio Reposado
- 10 ml Del Maguey Vida Mezcal
- 30 ml Tia Maria
- 30 ml Roots Herb Liquore

PROCEDIMENTO: tecnica stir. Glass: coppa vintage



THAI TOMMYS

by Nikos Zisis - Dos Agaves - Atene

INGREDIENTI

- 50 ml Tequila Don Julio Blanco
- 30 ml succo di lime
- 25 ml agave nectar
- 15 ml chili syrup
- 10 ml acqua di zenzero

PROCEDIMENTO: tecnica Shake.
Glass: old fashioned con ghiaccio.
Guarnizione: peperoncino rosso



SERAFIN

by Tony Conigliaro - Townhouse - Londra

INGREDIENTI

- 50 ml Tequila Ocho Blanco
- 10 ml Poire Liqueur Merlet
- 25 ml succo di lime
- 15 ml gomme syrup
- 25 ml Fever Tree ginger beer (top)

PROCEDIMENTO: tecnica shake. Glass: Collins.
Guarnizione: rondella di lime



LOST AND FOUND

by Roberta Mariani - Townhouse - Londra

INGREDIENTI

- 30 ml rooibos tea infused Tequila Corralejo Blanco
- 20 ml succo di limone
- 10 ml gomme syrup
- 2,5 ml Maison La Fontaine Absinthe Chocolate Liqueur
- Top homemade warm wood soda

PROCEDIMENTO: tecnica shake Glass: coppa vintage grande. Guarnizione: lemon peel





no comunque sotto stretta osservazione perché pur parlando di Tequila 100% agave è innegabile che i prezzi tendono ad aumentare, spesso non giustificandosi pur in presenza di alta qualità, in uno scenario in continua evoluzione.

I bartender hanno compreso la versatilità dei premium Tequila e li esaltano in ricette che vedevano escluse le referenze più alte di questo spirit per un pregiudizievole concetto di educazione professionale. Un pregiudizio che nella lunga storia di uno degli spirit più affascinanti del mondo è caduto solo negli ultimissimi anni grazie a una fiammata di cultura e sete di qualità che ha pervaso il mercato. Con questo concetto si aprono nuove prospettive. L'anno scorso, Greg Cohen, corporate communication manager di un grande Tequila brand, affermava e invitava a provare il proprio brand in ogni drink elaborato con altri spiriti

MEXICAN FLAG

by Daniele Liberati - Edition Hotel - Londra

INGREDIENTI

- 50 ml Tequila Don Julio Reposado
- 15 ml latte & chilli syrup
- 25 ml succo di lime
- Top Aloe Vera sparkling water

PROCEDIMENTO: tecnica Shake.

Glass: Collins. Guarnizione: side di peperoncino, tabacco, formaggio e foglie di avocado



S. ANTONIO SOUR

by Andrea Patelli - Little Quarter - Stoccolma

INGREDIENTI

- 50 ml Tequila Don Julio Blanco
- 20 ml Vermouth rosso
- 30 ml succo di limone
- 20 ml zucchero liquido
- 3 orange twist nello shaker
- Top soda

PROCEDIMENTO: tecnica shake. Glass: Collins. Guarnizione: orange peel



HORNET AND NEST

by Andrea Patelli - Little Quarter - Stoccolma

INGREDIENTI

- 70 ml Tequila Don Julio Reposado
- 10 ml Herbsaint
- 2 dash orange bitter

PROCEDIMENTO: tecnica Stir. Glass: coppa vintage. Guarnizione: orange zest



IMPROVED PALOMA

by Cristian Buggiada - Freni & Frizioni - Roma

INGREDIENTI

- 60 ml Tequila Don Julio Reposado
- 3 dash Bob's peppermint bitter
- 20 ml lime cordial
- 25 ml succo di pompelmo giallo
- top di soda

PROCEDIMENTO: tecnica build. Glass: Collins. Guarnizione: rondella di pompelmo disidratato, menta spolverata di zucchero a velo





base citando il Mojito come perfect drink che può essere preparato con Tequila anziché Rum. Pur condividendo il concetto di base si fatica a comprendere perché si dovrebbe continuare a snaturare un drink tradizionale come il Mojito, già ghezzizzato e abusato in innumerevoli versioni, e che rappresenta uno dei più alti concetti di miscelazione. Basta guardare le drink list di

tutto il mondo per capire che il Tequila è in grado di affermare la propria identità in ricette nuove e di alta espressione senza apparire come un surrogato che dovrebbe affermarsi cannibalizzando un drink che racchiude la cultura di una terra lontana dal Tequila.

Se nel mondo del vino si è sviluppato un concetto di conoscenza delle uve la stessa

LE RICETTE

ER BRILLOCO

by Roberto Artusio - The Jerry Thomas Speakeasy - Roma

INGREDIENTI

- 30 ml Tequila Calle 23 Reposado
- 30 ml Liquore Strega
- 30 ml Vermouth del Professore
- 2 dash bitters al bergamotto

PROCEDIMENTO: tecnica stir. Glass: coppa vintage. Guarnizione: lemon twist



MOLER MAGUEY

by Roberto Artusio - The Jerry Thomas Speakeasy - Roma

INGREDIENTI

- 30 ml Tequila Calle 23 Blanco
- 30 ml Nuestra Soledad Mezcal
- 10 ml liquore al chinotto
- 20 ml sciroppo di agave
- 30 ml succo di lime grigliato*
- 6 cubetti ananas grigliato (pestati nello shaker)**
- 2 dash habanero bitters

PROCEDIMENTO: tecnica shake & double strain.

Glass: old fashioned. Guarnizione: rondella di lime disidratata, cubetti ananas grigliato con piccola spolverata di pepe di cayenna.

*Grigliare precedentemente dei mezzi lime e spremerli direttamente nello shaker

**Grigliare precedentemente delle fette di ananas fresco





cosa va lentamente succedendo per le agavi. Sino a pochissimo tempo fa era quasi impensabile immaginare che una generazione di bartender avesse conoscenza in materia che andasse oltre l'agave blu. In questa nuova veste il Tequila ha appena cominciato a farsi conoscere nel mondo e ha iniziato questo processo gettandosi alle spalle l'immagine di low profile spirit.

Certo, i mixto continueranno a esserci e avere il loro mercato ma adesso quando si parla di Tequila si ha bene in mente di cosa si tratta in termini di qualità. Se gli Usa con la California in testa sono l'oasi dei premium Tequila altri mercati emergenti, come i paesi dell'area BRIC, si avvantaggiano di questa nuova identità elevando la domanda di prodotti *high profile* ed è per

MAN ANTILLAS

by Roberto Artusio - The Jerry
Thomas Speakeasy - Roma

INGREDIENTI

- 45 ml Tequila Calle 23 Anejo
- 45 ml Vermouth del Professore rosso
- 1 bar spoon di sciroppo di agave infuso alle fave di cacao tostate
- 2 dash orange bitters

PROCEDIMENTO: tecnica stir. Glass: coppa vintage. Guarnizione: grattugiata leggera di Tonka bea



MINTED HIBISCUS

by Freddie Farina - La Perla - Londra

INGREDIENTI

- 40 ml Ocho Blanco Tequila infusa con fiori d'ibisco giamaicano per almeno 3 giorni
- 30 ml succo di lime appena spremuto
- 20 ml nettare d'agave diluito al 50% con acqua
- 4 foglie di menta fresca
- 100 ml Ginger Ale

PROCEDIMENTO: tecnica Shake. Glass: Collins



TOP 10 TRENDING BRANDS	
1	Don Julio
2	Patrón
3	Ocho
4	Tapatio
5	Herradura
6	Calle 23
7	Sauza
8	Corralejo
9	El Jimador
10	Camino Real

TOP 10 SELLING BRANDS	
1	Don Julio
2	Calle 23
3	Jose Cuervo
4	Patrón
5	Olmecca
6	Sauza
7	Ocho
8	Herradura
9	El Jimador
10	Arette

questo motivo che consumatori e bartender locali sviluppano una nuova percezione del prodotto che è scevra da rituali di consumo modaioli che ancora disturbano le coscienze di molti.

Il terzo mercato globale più importante è quello tedesco. In questo processo evolutivo di qualità alcuni dei brand che hanno giocato un ruolo importante e che sono ben presenti in Italia sono Don Julio, Calle 23, Corralejo, Ochos. Si può affermare con coerenza che il primo brand a percorrere il sentiero della qualità puntando solo su prodotti 100% agave e che avessero l'immagine di prodotto di lusso sia stato Tequila Don Julio sin dall'anno della sua fondazione. Don Julio Gonzalez fondò la sua prima distilleria nel 1942 a Atotonilco e all'inizio la produzione era per una sua ristretta cerchia di clienti amici oltre che per

uso personale della sua stessa famiglia. Il sentiero tracciato dal fondatore avrebbe portato Tequila Don Julio a posizionarsi ai massimi livelli di qualità e l'anno scorso le statistiche rivelate dai dati raccolti nel circuito dei 50 World Best Bar lo hanno premiato come prodotto più venduto e di tendenza nel comparto Tequila.

Tequila Don Julio Reposado è uno dei prodotti di punta della gamma, il più diffuso a livello globale grazie alla sua versatilità in miscelazione o nel consumo meditativo. Sono alcune alcune particolarità che hanno contribuito a rendere Don Julio Tequila uno dei brand più importanti ed attraenti del Messico. Tra queste Don Julio 70, frutto della sapiente arte del master distiller Enrique de Colsa che ha così voluto celebrare i 70 anni dell'azienda. Don Julio 70 è l'unico Tequila anejo chiaro al mondo, frutto di un sofisticato processo produttivo, pur avendo subito 18 mesi di invecchiamento e al quale segue una filtrazione. Questo prodotto ha sicuramente aperto una nuova categoria nei Tequila di qualità. Don Julio 1942 è la riserva dedicata all'anno di fondazione e al top della gamma si pone Tequila Don Julio Real che è uno dei rari Tequila extra anejo, con invecchiamento tra i tre e cinque anni oggi disponibili nel mondo. Don Julio Real è ottenuto con la stessa tecnica produttiva del 1942 ed imbottigliato in un elegantissimo decanter decorato con foglie di agave in argento.

Per fortuna di tutti oggi molti produttori di Tequila hanno innalzato il livello di qualità e questo fa sicuramente bene alla categoria. Il tempo e il mercato, giudici supremi, hanno già emesso il verdetto: il futuro è solo per spirit di qualità. Don Julio Gonzalez lo aveva previsto con 70 anni di anticipo.

Fabio Bacchi

LE RICETTE

BLACK PEARL

by Freddie Farina - La Perla - Londra

INGREDIENTI

- 40 ml Ocho Blanco Tequila
- 20 ml succo di Lime appena spremuto
- 20 ml nettare d'agave diluito al 50% con acqua
- 20 ml Frangelico
- 20 ml purea di more Ponthier (puro al 95%)

PROCEDIMENTO: tecnica shake. Glass: old fashioned. Guarnizione: fetta di arancio





FINEST CALL PREMIUM COCKTAIL MIXES

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL



Premium Fruit Varieties from Selected Growing Regions

#1 Cocktail Mix

Proudly Used by Thousands of Restaurants Internationally



Hand-picked California Strawberries at Peak Ripeness



Premium California Lisbon and Eureka Lemons



Hand-harvested Key Limes from a Limited Growing Area in Coastal Mexico



Alphonso Mangoes from India



California Wonderful® Pomegranates



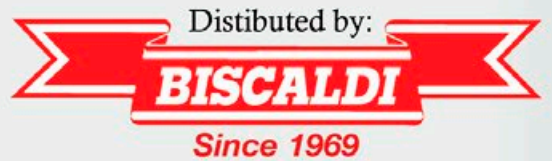
Coconuts from the Dominican Republic



Vine-ripened, Roma Tomatoes



Bar Essentials



Puree Collection



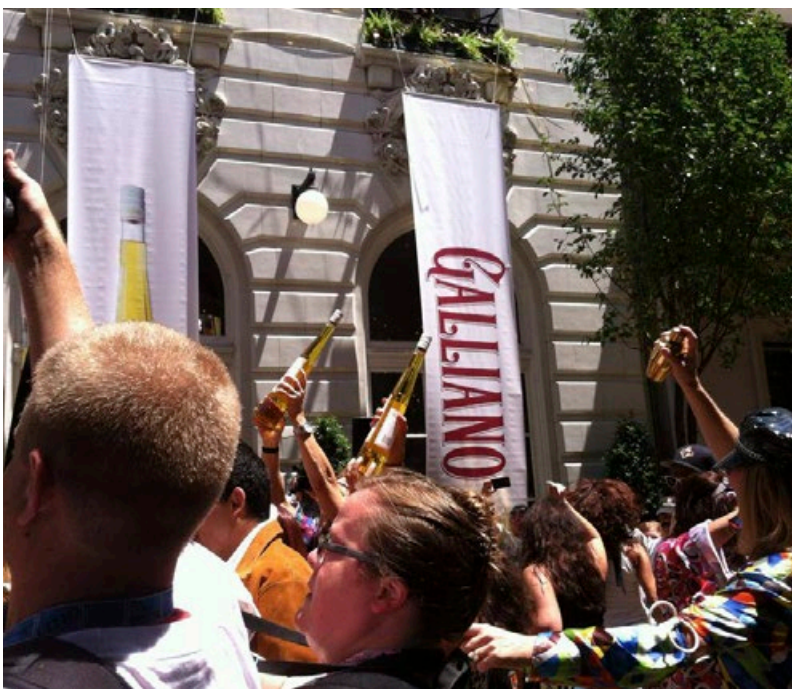
Specialty Cocktails



INTERNATIONAL BARTENDERS ASSOCIATION

www.biscaldi.com
www.finestcall.com
www.cocoreal.com





CRONACHE DI NEW ORLEANS

Gusti e tendenze dal più grande show del bartending mondiale

DI FABIO BACCHI

Quattordici milioni di dollari, più di duecento appuntamenti tra seminari, tasting room e competition, ventimila visitatori, migliaia di drink preparati, cinque giorni nei quali si condensa e realizza il lavoro di un anno. Questi sono i numeri di *Tales Of The Cocktails 2014*, dodicesima edizione del più grande evento del bartending globale che si tiene ogni anno in uno degli santuari mondiali del cocktail: il French Quarter di

New Orleans. Ann e Paul Tuennermann, i fondatori, sono membri della New Orleans Culinary and Cultural Preservation Society, una organizzazione no profit. Dalla prima edizione circa un milione di usd sono stati ricavati e reinvestiti in opere sociali e di pubblica utilità.

TOTC, acronimo di *Tales of the cocktails* non è solo business, contiene degli aspetti sociali poco noti ai più, ma che evidentemente sono uno degli effetti più importanti della cocktail industry che si riunisce a New Orleans. In quell'occasione si riunisce il gotha del bartending mondiale e *Bourbon Street* e tutto il *French Quarter* vengono letteralmente invasi da migliaia di bartender che per una settimana animano la bellissima città della Louisiana.

Il kick off di questa edizione si è tenuto in Royal Street davanti all'Hotel Monteleone, cuore pulsante di TOTC con il Carousel Bar, con un flash mob che ha riunito alcune centinaia di partecipanti all'evento rievocativo dell'Harvey Wallbanger e toast drink presentati da Galliano. Il revival di alcuni





ITALIAN STYLE

ALCUNE
IMMAGINI DELLA
RAPPRESENTANZA
ITALIANA
AL TOTC.

drink degli anni '70-'80 era stato già preannunciato da David Wondrich durante la sua visita a Roma del mese scorso e così è stato. Si tratta certamente di una provocazione, ma che rivela la sopita tendenza della futura proposizione di drink easy e spensierati in controtendenza alla esasperata ricerca basata su ricette storiche e vintage spirits dei quali l'ego del bartending mondiale soffre, forse, di overdose.

La presenza italiana al TOTC è sempre incisiva e preziosa. Sicuramente il cocktail tasting più importante di TOTC è quello che avviene durante *Spirit of Italy*, l'evento dedicato all'artigianalità della spirit industry italiana, craft spirit direbbero gli americani, durante il quale alcuni brand tipici italiani si presentano ai visitatori con una kermesse dedicata ad assaggi e mixology. Francesco Lafranconi, project leader, e la sua squadra di bartender italiani sono affiancati direttamente dai produttori nella presentazione e tasting di prodotti e ricette. L'essenza della tradizione si percepisce in questo, non ci sono uomini di azienda a presentare i prodotti, ma i rappresentanti delle famiglie produttrici di liquori e spiriti italiani che da cento e passa anni si tramandano passione e dedizione, ricerca e tradizione.

La ballroom Evangeline del *Royal Sonesta Hotel* non era solo una cocktail room, era un luogo di felicità, era un vero bar dove cinquecento persone si sono riempite di allegria e divertimento e buon bere. Cocchi, Lucano, Luxardo, Moccia, Nardini, Pallini, Toschi, Varnelli, sono i brand di questo esclusivo gruppo che annualmente si riunisce a TOTC. *Italian do it sweet, bitter and better*. Il giorno dopo è stato il momento di un'altra tasting room tutta italiana; il caffè corretto. È giocoforza fare una considerazione: l'eccellenza di una certa produzione italiana si sviluppa e si apprezza più all'estero che in Italia. Su questo il bartending italiano dovrebbe riflettere e puntare a essere più ambasciatore a casa propria dei prodotti nazionali.

I seminari di TOTC sono uno dei pilastri della kermesse. Fatta eccezione per alcuni, almeno quest'anno, molti avevano un taglio più da consumer che trade. È una scelta che si giustifica con il fatto che molti partecipanti sono bartender che non hanno un background professionale altissimo e molti ancora sono semplici consumatori appassionati. Durante questi eventi vengono svelate nuove tendenze, ipotesi di consumo, tecniche di vendita e altro. Quest'anno ve



ne erano alcuni dedicati solo alla figura del bartender, al suo comportamento e al controllo psicofisico. Come controllare lo stress e le emozioni positive e negative, come preparare i sensi ad assaggi e degustazioni, i comportamenti ergonomici, lo sviluppo delle attitudini al management e a allo sviluppo del bar business, lo staff training e la comunicazione. Le tendenze sembrano spingere verso l'alto Mezcal e Tequila come spirit del futuro ma i Rum terranno bene il passo, molti degli attuali Gin sul mercato si esauriranno nel giro di pochissimi anni, i Whisky strizzeranno l'occhio anche alle aromatizzazioni, e sulla Vodka vengono spese parole in difesa contro

il tentativo di bistrattarla di un segmento del bartending mondiale.

Alcuni tasting sono stati particolarmente interessanti, come quelli sui distillati alpini di frutta condotto da Helmut Adam e André Pintz, su alcuni Single Malt per la prima volta presentati in tasting. Tra questi ultimi era in assaggio un rarissimo Kininvie mai presentato prima negli States in un tasting condotto da Mitch Bechard e Lorne Cousin, un altro su rari Cragellaichie, The Deveron, Aultmore e Royal Brackla in un tasting lead da Dave Broom, Stephen Marshall e Ryan Cyawardana. Philip Duff ha tenuto una lectio magistralis sui Calvados nel seminario forse più affollato di tutto



TOTC. Per i Rum, l'approfondimento più interessante, solo per pochi e selezionati addetti ai lavori, è stato "Limited Edition and Vintage Rums" un incontro con tasting che ha voluto introdurre per la prima volta nel mercato americano il concetto di "selezione", già da molti anni consolidato in Europa e soprattutto in Italia e Gran Bretagna. A guidare il seminario due esperti del

settore: Paul MacFayden dall'Inghilterra e Leonardo Pinto dall'Italia. Il successo ottenuto dal seminario ha messo in evidenza come l'America sia attualmente un mercato sostanzialmente pronto, forse un tantino ancora acerbo, ad accogliere questa tipologia di prodotto.

Curiosi sono stati altri interventi dedicati ai Bajou Rum della Louisiana.

Cognac, Rye e Bourbon, Pisco e la liquoristica internazionale hanno avuto i loro spazi dedicati. I distillati a base di vino e uva, nelle loro intenzioni, punteranno a ritagliarsi uno spazio in miscelazione senza venire meno al loro heritage di tradizione e cultura. I Whiskey americani vivono un momento felice grazie alle produzioni di

Momento particolarmente felice per i Whiskey americani grazie a produzioni antiche e piccole distillerie



antiche e piccole distillerie e la loro mixability sarà la locomotiva della categoria. Il Baijiu rappresenta un lato distintivo della cultura cinese, è uno dei best selling spirit nel mondo e per la prima volta si è presentato alla platea del TOTC in un tasting nel quale erano presenti i brand più noti. Questo spirito, per alcuni versi contraddittorio, è già sotto osservazione per uno dei prossimi temi di BarTales e per il momento non vi sveliamo altro.

Molto interessante anche il seminario "Garden, Field & Forest to Bottle & Glass" tenuto dal duo A. Miller & J. Brown sull'utilizzo tecnico di fiori, piante e frutti per infusioni da miscelazione. Niente di nuovo se non fosse per l'idea che si ricollega a quegli chef che ormai da anni si servono del proprio orto per la loro cucina. Certamente non per tutti ma molto indicativo della genuinità e artigianalità che sta imperando nel bartending. Se in passato bastava avere un vaso di menta nel proprio bar oggi c'è qualcuno che sta attrezzando una piccola serra per uso professionale.

Anche le tecniche di servizio sono state portate all'attenzione del pubblico e illuminanti sono stati gli spot presentati da



Ago Perrone, Jacob Briars e e Tommy Klus sull'arte del servizio cocktail al carrello in tutti quei contesti che possono permettersi e ambire a questa sofisticata tecnica di servizio. Il team del Savoy di Londra è stato protagonista alla fine della presentazione del bar service con una divertente asta di rare edizioni autografate di alcuni Savoy Cocktail Book, uno dei quali finito nella biblioteca di Roberto Bava di Cocchi Vermouth e il cui ricavato è stato devoluto al Museum Of The American Cocktail.

Ma al TOTC il tourbillon di master ed eventi giornalieri non ha impedito ai bartender di partecipare ai ricevimenti serali offerti dai main sponsor per continuare discussioni e scambi di impressioni su quanto successo in giornata. La miscelazione ha visto diversi incontri che vertevano sull'uso dell'Assenzio, sui Champagne drinks, Martini, Rum drinks e Tiki. Non sono mancate le guest bartending locali e tra tutte una delle più affollate è stata quella di Jeff "Beach Bum" Berry che presto aprirà a New Orleans il suo bar; il Latitude 29.

Ma se il Rum è stato il più discusso in miscelazione e se New Orleans è la patria

di storici drink come Sazerac, Hurricane, Vieux Carrè a tanti altri ancora, bisogna riconoscere che i turisti che si riversano nel French Quarter hanno i loro preferiti che sono concettualmente lontani dai grandi classici; l'Hand Grenade e lo Shark Attack sono i drink che rappresentano New Orleans oggi nei consumi di massa. E poi c'è stato il seminario dell'ambasciatore del Futurismo in miscelazione di Fulvio Piccinino, che supportato dal patron di casa Cocchi, Roberto Bava, ha incuriosito e divertito i partecipanti in un sold out molto significativo. La serata conclusiva è stata dedicata agli Spirit Award ma su questo tema non ci dilungheremo tanto in quanto siamo non tanto favorevoli a premi assegnati dagli addetti ai lavori che sono giudici e giudicati allo stesso tempo.

Salutiamo il TOTC 2014 con un'ultima considerazione sul motore degli eventi, i componenti dell'Apprentice Program Class 2014: un centinaio di volontari selezionati in tutto il mondo che prestano la loro opera e professionalità divisi in squadre durante tutti gli eventi e senza i quali nulla potrebbe funzionare. L'Italia era presente con due suoi rappresentanti, il cofounder del Jerry Thomas Project di Roma Antonio Parlapiano e Orlando Marzo, head bartender dell'Eau de Vie di Melbourne.

Fabio Bacchi



IL SEGRETO DELLA PINA

È il lime e non il Rum l'elemento complementare di una Pina Colada perfetta

DI **GIANNI ZOTTOLA**

La Pina Colada è sicuramente catalogabile tra le bevande oggi più confuse, destrutturate e snaturate della storia della miscelazione. Il processo involutivo di questo drink ha condotto non solo ad un cambiamento strutturale della ricetta ma a un'attitudine pratica nella pre-

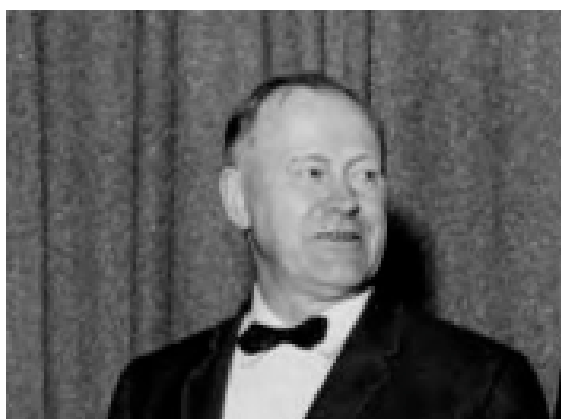
parazione che lo ha reso anche desueto e sottovalutato, obliando uno dei più validi e storici drink tropicali, diventato sempre più difficile e stucchevole da bere.

La storia di questa preparazione è contornata da documenti e leggende. Storie di mari, di Rum e di pirati si combinano con i



prodotti endemici più fruibili. Non abbiamo la documentazione del modo in cui il pirata Roberto Cofresi servisse al suo equipaggio questa bevanda a base di ananas, cocco e rum ma possiamo supporre che è altamente improbabile, se mai fosse esistita, che a cavallo del XVIII secolo la si potesse servire in modo simile alla più nota e recente versione. Per la sconosciuta lavorazione del cocco e la scarsa diffusione del ghiaccio. Quello che invece è probabile, e successivamente documentato, è che l'ananas da sempre è stato utilizzato per la preparazione di bevande e rudimentali cocktail. Niente di cui stupirsi data la stessa sorte destinata a tutte quelle piante, radici e frutti, che in infusione o in aggiunta diretta dovevano migliorare il risultato di una distillazione spesso approssimativa e dai risultati spigolosi. In questo modo si caratterizzavano i distillati, ad esempio i Rhum arrangé, o le preparazioni delle Batidas in Brasile.

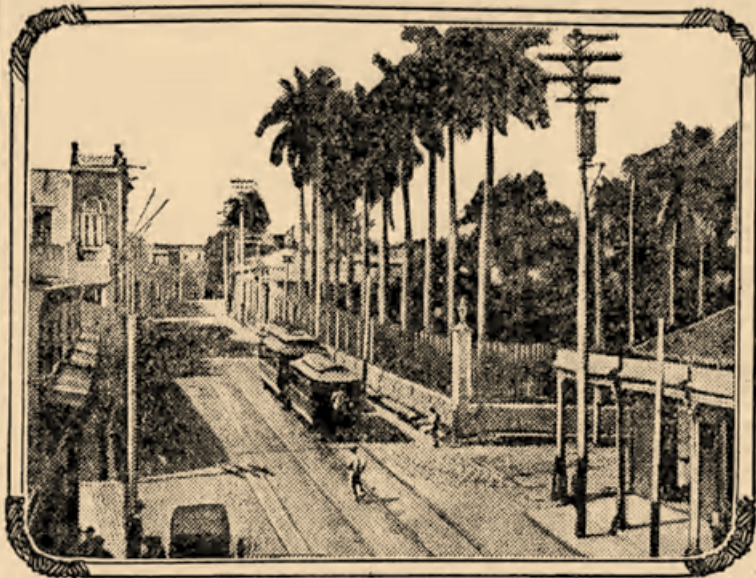
Una delle prime testimonianze scritte dell'utilizzo del Rum abbinato all'ananas è datata 1824 nel libro "An Essay on the Inventions and Customs of both Ancients and Moderns in the Use of Inebriating Liquors" di Samuel Morewood. Come ci



STORIA
A SINISTRA
RAMON LOPEZ
IRIZARRY,
INVENTORE DEL
COCO LOPEZ.
IN BASSO IL
MONUMENTO
AL PIRATA
ROBERTO
COFRESÌ.



KEEPING COOL IN HAVANA



SUBURBS OF HAVANA

WHILE the newer Havana hotels seem Americanized the older are true to their Spanish origin. I think of one in particular. It is in the heart of the lower city—away from the fashionable Prado. Instead of making every inch pay in small rooms and corridors, it is built around a spacious patio, or central hall, running up two or three stories and buttressed with massive pillars. The corridors are merely balconies carried around the four sides of the patio on each floor. Instead of glaring white walls here are wainscots of Spanish tiles in delicately modulated yellow and blues, writes a correspondent of the Outlook.

The American legation has long been housed in an edifice with such a noble court; but now that the legation must be moved, there is difficulty in getting in a new building, as dignified and appropriate architecture, no matter how great the advantage of modern conveniences, and more appropriate location. Our consulate is well lodged on the top floor of the new Bank of Cuba building. But, though such a modern place is efficient in labor saving, as one looks at the homely stories superimposed on the really fine facade of the lower stories the effect is only one of an architectural aberration.

In this hot place much attention is necessarily given to cooling off. The tiled floor of your room helps to that end. The room itself, with a ceiling twenty feet high, helps. Of course a bath helps, and the best hotel I know advertises "every room with a bath." Even a cigar—albeit a hot and not a cold thing—helps, one reason being, I fancy, that it costs about half as much as in the United States. But, most of all, a pina fria helps—a pineappleade, to coin a word. There are other seductive drinks; for instance, orchata (milk of almonds) and naranjada (orangeade). But the pina fria caps the climax.

Cheap Transit.

Another way to cool off is to drive, or even better to take one of the trams go to the end of the line, and come back. As few lines are double through the same streets the journey presents the greater interest, going out through one set of streets and returning by another. The tram system offers surprisingly quick and cheap transit to

where I come from; some from the Canary Islands."

All this is Castilian Spanish. I had suspected as much. Looking more closely at the sailor I saw that his lean face resembled those of the north of Spain. There are, as he said, very many Spaniards still in Cuba—and, for their benefit to boating hereabouts, it is not to be regretted.

Every day about noon a breeze springs up here, it cools you a bit after the great heat of the city—much too hot for most northerners—and you sit for a long time in your sailboat, tacking about the two and a half mile wide inner harbor.

Then you sail back to Havana, and opposite the landing place enter a quaint restaurant. Mounting to the second story esplanade, you order your fish in a paper bag and other sea delicacies, and then, looking out from amid the potted shrubs, settle down to the enjoyment of a new view of the harbor.

In it are craft of all sorts—from trans-Atlantic steamers and the great Standard Oil boats to the coastal steamers and freighters, the harbor lighters, the motor boats and yachts, the sailboats and rowboats with that fascinating cover over the aft part, like the craft on the Italian lakes, to keep off the southern sun from the too sensitive voyager.

Of course, the negro element is strong. In Cuba, and summer evenings their quarters are redolent with the thrum of mandolins and guitars. Juliets occupy balconies in rickety two-story frame buildings with flowers all about—for they're great flower lovers, these people—and Romeo, in his Sunday suit, comes meandering down below, thrumming "La Paloma."

The hot countries and clothing have hardly gone hand in hand, except in fiesta time, and in the little courtyards the youngsters run about even as Nature made them.

GETTING RID OF THE BORE

Really Clever Scheme This, on Which,
It May Be Mentioned, There
Is No Patent.

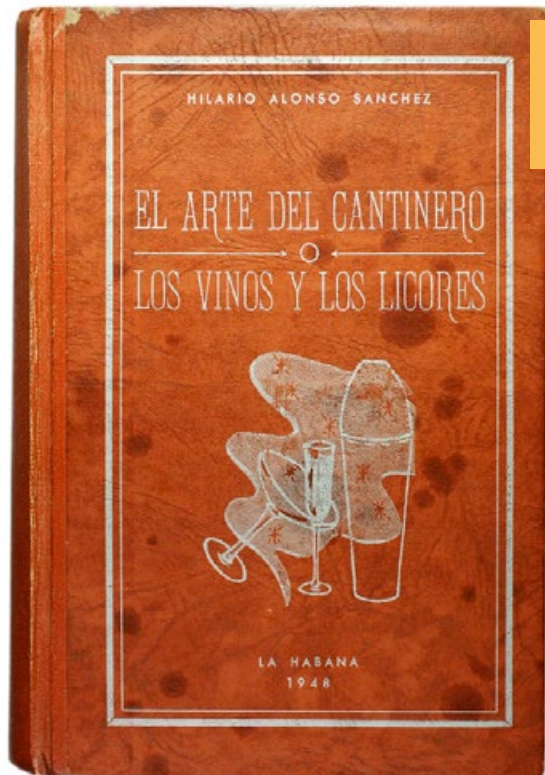
The new boarder's first request was for a bracket to be placed on the wall against the telephone. The bracket

racconta in una breve descrizione Charles Dickens, 1838, in *The Posthumous Papers of the Pickwick Club*: "Mr. Stiggins was easily prevailed on to take another glass of the hot pineapple rum and water, and a second, and a third, and then to refresh himself with a slight supper previous to beginning again". Una tradizione che rimarrà per sempre nel tempo, come testimonia il famoso drink dello Sloppy Joe's del 1936 chiamato semplicemente Pina Con Ron.

È evidente che la particolarità e la piacevolezza di questa bevanda hanno vissuto il massimo della popolarità con l'avvento del turismo. Testimonianze abbondanti di giornalisti e scrittori, dopo i primi anni del Novecento, chiariscono come un modo di bere sia diventato un vero cocktail di tendenza. Servita nei bar, locande e punti di ristoro, complice la larga diffusione del ghiaccio, questa bevanda è rimasta un concetto indipendente dall'impiego del Rum e si è sviluppata piuttosto come bevanda rinfrescante. Infatti la Pina Colada ha un'evoluzione incondizionata dal Rum e di fatto basta una leggera riflessione sul nome per accorgersi che Pina Colada non significa altro che ananas spremuta. Probabilmente la stessa preparazione servita a "El Flori-

DRINK E LETTERATURA

NELLA PAGINA A SINISTRA UN ARTICOLO APPARSO SU "THE LIBBY HERALD" DEL 26 SETTEMBRE 1912 E LA COPERTINA DEL LIBRO DI LISSER. QUI ACCANTO IL LIBRO DI SANCHEZ.



dita” che all’epoca della sua apertura del 1817 aveva il nome di “Pina de Plata”, un’assonanza difficilmente casuale. In particolar modo a Cuba, questa peculiarità di lavorare l’ananas viene puntualmente descritta in moltissime guide turistiche che riportano procedimenti e descrizioni dettagliate per questa importante e caratteristica usanza che da un certo momento viene identificata con il nome di un drink.

Probabilmente la prima testimonianza del suo nome è del Washington Post, 3 giugno 1906, dove compare il suo antenato “Pina Fria”. A seguire negli anni innumerevoli articoli di giornali riportano le stesse descrizioni fino ad arrivare al più noto “Pina (fria) Colada”. Sul testo “1910 in Jamaica and Cuba” di H.G. De Lissier del 1910 la bevanda viene presentata come il risultato di tranci di ananas pestati per ricavarne il succo che verrà poi allungato con acqua per aumentarne il volume, zucchero e ghiaccio. Se lo si chiedeva senza acqua il costo sarebbe aumentato e i resti dell’ananas venivano serviti a parte per essere mangiati.

Lo stesso procedimento di preparazione è testimoniato dagli articoli del The Libby Herald del 26 settembre 1912 e nella

guida “ Terry’s Guide to Cuba” di T. P. Terry edita nel 1926; una spremuta di ananas addolcita e raffreddata, divenuta enormemente popolare. Il punto di svolta nella storia di questo drink è nel dicembre 1922 quando il magazine Travel pubblica una ricetta dove appare il fondamentale ingrediente che consacra la Pina Colada come la prima struttura di un drink bilanciato.

*“But best of all is a piña colada, the juice of a perfectly ripe pineapple – a delicious drink in itself – rapidly shaken up with ice, sugar, **lime** and Bacardi rum in delicate proportions. What could be more luscious, more mellow and more fragrant?”*

Differentemente da quello che si può pensare non è il Rum, bensì il lime, l’elemento definitivo di una perfetta Pina Colada. Il lime è il segreto della Pina Colada nel concetto stesso di drink, ed è poi il segreto che, come vedremo, si perderà con l’evoluzione del tempo e delle materie prime. Ma che il nome Pina Colada fosse ancora e spesso utilizzato per indicare genericamente una bevanda analcolica e soprattutto rinfrescante è dimostrato dalle indicazioni riconducibili ad Hilario Alonso Sanchez che nel 1948 scrive nel libro El Arte del Cantinero la seguente ricetta:

REFRESCOS (Empléese siempre vaso de limonada)

PIÑA COLADA

Jugo de piña.
Cucharada de azúcar.
Hielo, agua. Bien batido,
cuélese y sírvase.

PIÑA SIN COLAR

$\frac{1}{4}$ de una piña machacada.
Cucharada de azúcar.
Hielo fino, agua. Bien batido y sírvase sin colar.

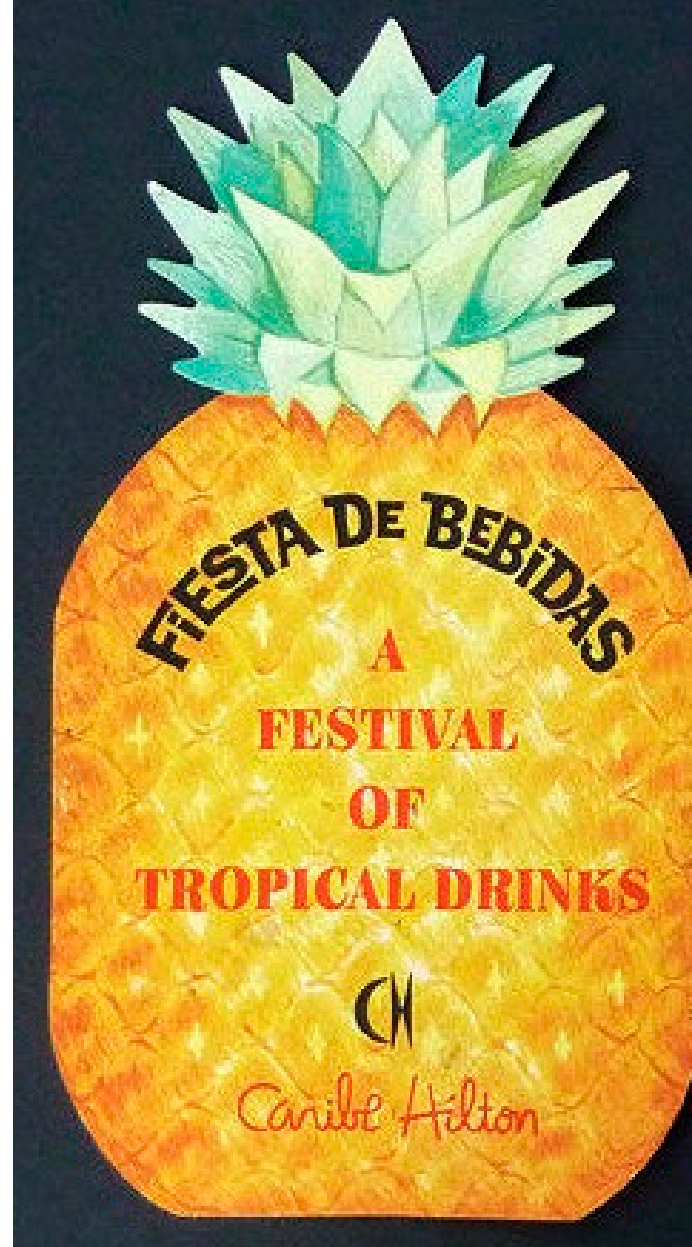


INNOVAZIONE

QUI SOPRA IL CARIBE HILTON PORTO RICO E, A DESTRA, IL SUO MENU. NELLA PAGINA A DESTRA RAMON MONCHITO MARRERO.

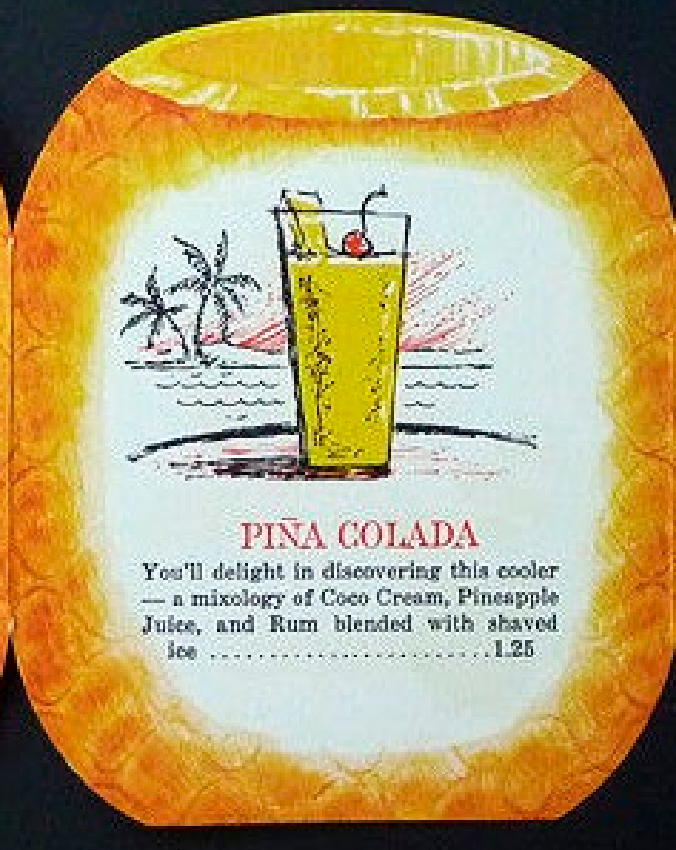
Questo concetto di drink durerà ancora pochi anni perché questa consuetudine sarà profondamente segnata dall'evoluzione della lavorazione del cocco, la crema industriale Coco Lopez. Affermandosi prepotentemente nella seconda metà del '900, precisamente nel 1948, la crema di cocco inventata da un professore di Scienze dell'Agricoltura dell'Università di Porto Rico, Don Ramón López Irizarry nato a Cabo Rojo, fu una vera rivoluzione per l'utilizzo di questo frutto. Sfruttando la diffusione dello zucchero di canna e la componente grassa della noce di cocco, Lopez, con dei fondi stanziati dal governo, creò quella che oggi è una valida crema di cocco. L'idea nacque per poter ovviare alla disponibilità del frutto fresco da cui produrre il latte di cocco.

Data la confusione in materia è doveroso ricordare la differenza tra latte e acqua della noce di cocco. Quest'ultima, in realtà, si può bere solo quando il cocco è fresco, verde, staccato dalla pianta non oltre sei mesi, quindi al momento in cui



l'acqua al suo interno è ancora pulita e ricca di proprietà benefiche. Il latte di cocco, non presente naturalmente nel frutto, è prodotto dalla lavorazione della polpa della noce di cocco, assolutamente diversa dall'acqua sia per proprietà nutritive che organolettiche.

Proprio la capacità di conservazione del latte attraverso la sua trasformazione in crema è il punto focale degli studi di Lopez che riuscì a garantire una qualità superiore non aggiungendo alla crema aromi aggiuntivi e/o gli scarti del cocco dai cui è stato estratto il latte, uso comune di altri produttori che in tal modo possono scrivere sull'etichetta una maggiore presenza percentuale di cocco. Ciò, oltre ad essere insignificante dal punto di



vista qualitativo è palesemente utile per la notevole riduzione dei costi di produzione. Il Coco Lopez quindi, pur non essendo destinato alla miscelazione dei distillati e dei cocktail, si inserì in un contesto storico dove la miscelazione americana subì dei cambiamenti sconvolgenti, innescati dall'onda turistica che colpì i Caraibi e che vide nel drink l'elemento spettacolarizzante dell'attrazione dei locali in concomitanza con lo stesso periodo in cui diventa dominante la metamorfosi del Tiki nella sua seconda era.

La prima fonte della ricetta della Pina Colada con il Coco Lopez è datata 1954 precisamente al Caribe Hilton di Porto Rico dove lavorava Ricardo Garcia che, con la collaborazione dello staff del bar, che

all'epoca era un Don the Beachcomber, pare avesse sostituito il welcome drink usualmente regalato agli ospiti con una miscela morbida, dolce e leggera realizzata frullando insieme ananas, crema di cocco, rum e ghiaccio. Oggi l'albergo pubblicizza questo evento storico identificandolo con il nome di Ramon "Monchito" Marrero Pérez che pare avesse studiato per 3 mesi le precise dosi per ottenere la giusta cremosità del drink. Questo lavoro cambiò i destini della crema di cocco e dell'ananas, facendo la fortuna sia dell'albergo che dello stesso barman. Pare che da quel momento siano state preparate oltre 100 milioni di Pina Colada, una popolarità che vanta illustre testimonianze di personaggi noti, come quella che ap-

pare nella rivista turistica *Fromers*: *When actress Joan Crawford tasted the piña colada at what was then the Beachcombers Bar in the Caribe Hilton, Calle Los Rosales she claimed it was "better than slapping Bette Davis in the face"*.

Altra storia è invece quella che vede contrapporsi un altro locale di San Juan, la Barracina, che con una targa in marmo all'ingresso rivendica l'invenzione di que-

sto drink nel 1963 "La Casa donde nacio en el año 1963 La Piña Colada por Don Ramon Portas Mingot". Una popolarità talmente influente e diffusa per la quale moltissimi locali e barman, come è successo con lo Zombie di Don o il Mai Tai di Trader Vic, ne hanno

rivendicato la paternità al punto tale che nel 1978 anche il governo, interessatosi alla causa, decise di innalzarne il valore rendendo la Pina Colada bevanda nazionale di Porto Rico.

Ma ciò che caratterizza e differenzia questo nuovo drink, probabilmente chiamato Pina Colada completamente a caso, è il cambiamento del concetto del tradizionale antenato. Cambia infatti sia la consistenza che la struttura trasformando un drink rinfrescante in un drink cremoso, dolce e quasi completamente privo della componente acida, quindi della freschezza del lime, surclassata totalmente dalla dolcezza del cocco, soprattutto quando non è adoperato con moderazione. Quindi lontano, anzi, completamente differente sia dalle descrizioni precedentemente menzionate che dalle differenti varianti

La prima ricetta accertata della Pina Colada con il Coco Lopez risale al 1954 al Caribe Hilton di Porto Rico

HAVANA'S CONTINUOUSPERFORMANCE

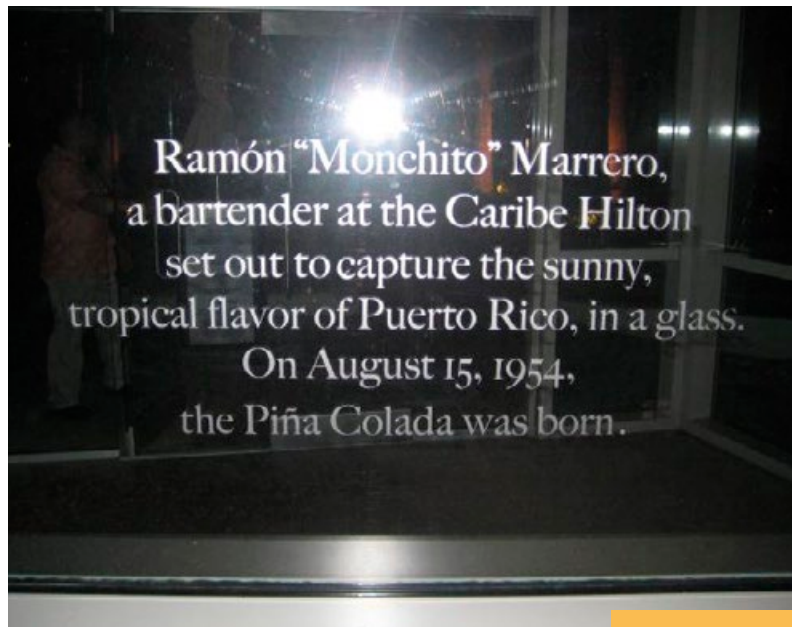
Havana is a continuous performance. Picturesque groups of natives, queer-looking wheeled vehicles, grotesque scenes, and unusual sounds greet one at every corner. Havana is old, and it looks every day of its age, from the stone flagging on the streets to the tile roofs overhanging them. In fact, except that it is now the cleanest city in the world, where only about four years ago it bore the reputation of being the dirtiest, it looks just as it must have looked a hundred years ago. About every two squares are kiosks or fruit-stands, where green coconuts are piled up high, and where native guanabana, or "soursop" lemonade, is dispensed at a few cents a glass. Pina fria, a refreshment made from the juice of the pineapple, is also prepared in a second. These kiosks are also virtual information bureaus, not because they cater to this business, but because so many strangers stand on the corners and ask questions. The native Cuban, be he man of leisure or ordinary laborer, is cast in the same mould of old Spanish chivalry, and he will put himself at your disposal even to the neglect of his business. To the New Yorker, accustomed to the constant cry of "Step lively," it is a genuine novelty as well as a pleasure to board a car in Havana and ask the conductor to call out when he reaches a certain street. To render a courtesy gives, to all appearances, the keenest pleasure to the Cuban. Even the blacks are Chesterfieldian in speech and manner, and they do not overdo it and make politeness a burlesque as the French so often do.

Visitors to Havana, at least those who enjoy novelty, make a point of visiting the chocolate factory, just a few minutes' drive from the main hotels. It is not the amount of sweets which are bestowed upon the visitor, nor the method of preparing various candies, that makes the trip worth while—it is the fascinating spirit of welcome which greets guests from all sides. The factory is a large one, with many employes, and the especial duty of each seems to be to make it pleasant for the visiting stranger. A good-looking guide from the office force accompanies the stranger from the top to the bottom of the factory.

One of the principal show places of Havana, and a delight of tourists, is the great Tacon market, which in point of size and interest can compare favorably with the world-famous old French market of New Orleans. In Havana it is the custom to buy the household supplies for the day only, and the hundreds of cooks who do the marketing for the families and hotels are on hand

che all'epoca si potevano trovare come ad esempio il Pineapple Rum Fizz che era a base di succo di ananas, zucchero e Rum, e così chiamato solo perché servito in un bicchiere da Fizz.

Non a caso Trader Vic, grande esperto e conoscitore di miscelazione, propose



NOTIZIE

NELLA PAGINA ACCANTO UN ARTICOLO APPARSO SU "THE WASHINGTON POST" DEL 3 GIUGNO 1906. QUI SOPRA A SINISTRA UN TARGA PER PORTAS MINGOT, A DESTRA UNA TARGA PER RAMON MARRERO.

nei suoi locali e nel suo primo libro del 1946 una particolare ricetta attribuita a Costante dal quale aveva ottenuto l'autorizzazione a servire i drink; il Pino Frio (un Pina Fria con il Rum). Nella successiva pubblicazione dello stesso libro nel 1972, con le ricette rivisitate, compare una Pina Colada a base di soli Golden Rum e ananas preparata in un blender, e nuovamente il Pino Frio ma stavolta modificato con l'aggiunta della componente acida del limone, preferito da Vic ai lime; dunque l'aggiunta di una parte considerata mancante.

Non è facile bilanciare questo drink con una componente acida che è inserita in una quantità molto bassa. Allo stesso tempo è importante valutare sempre lo stato di maturazione dell'ananas per via di quelle caratteristiche che spiega Giovanni Ceccarelli nell'articolo tematico di questo numero. Di ciò che il mondo ormai chiama Pina Colada Trader Vic ne fa invece un suo drink con aggiunta di Jamaica Rum e lo chiama Bahia, un drink a cui non è mai stato dato molto risalto probabilmente per la scarsa attinenza al tema esotico del Tiki.

Sull'onda dell'affermazione della Pina Colada con il Coco Lopez sono stati

prodotti molti drink simili con altrettanto successo; come ad esempio il Chi Chi con la Vodka o il Painkiller che aggiunge agli ingredienti la parte acida e dolce dell'arancia e una nota speziata di noce moscata.

Quello che invece fa riflettere è un altro drink datato fine anni '40, servito in una nota ed enorme sala da ballo dell' Ambassador Hotel di Los Angeles, la Coconut Grove, dove si proponeva l'omonimo drink con questa ricetta: 1oz fresh lime juice, ½ oz Coco Lopez, ½ oz Orange Curacao, 2 oz Rum Light. Dunque, anni prima dell'invenzione della "nuova" Pina Colada, in un locale dove venivano prettamente proposti i drink di Don Beach, una bassa dose di Coco Lopez veniva già bilanciata con una quantità elevata di succo di lime a testimonianza di quanto il lime possa essere prevalente e spesso preponderante nel drink.

Comunque, indipendentemente dalle tecniche di preparazione che variano dalla shakerata al blender e dall'ananas a pezzi al succo fresco, se Trader Vic continuò ancora a sponsorizzare una Pina Colada "autentica", o comunque legata alle più antiche radici, non è ciò che accadde successivamente in tutto il resto del mondo

LA RICETTA

PINA COLADA

- 1-1/2 oz Rum
- 4/5 pezzi di ananas fresco
- 1 oz di Coco Lopez
- 1/2 oz di lime
- Un pizzico di sale



PROCEDIMENTO

La preparazione si effettua pestando bene l'ananas dentro uno shaker in modo da estrarne il succo che verrà amalgamato e incorporato agli altri ingredienti con la shakerata. Il drink può essere servito sia direttamente dallo shaker con tutti i residui dell'ananas che con una filtrazione. La lavorazione dell'ananas può avvenire anche attraverso un blender in questo caso si otterrà un drink più cremoso perché nel succo fresco sarà omogeneamente compresa anche tutta la parte fibrosa del frutto che successivamente sarà raffreddata e shakerata con gli altri ingredienti, in questo caso il drink risulterà essere più cremoso anche per via dell'aria incorporata dal frullato di ananas.

Note: la ricetta è chiaramente indicativa, bilanciare il drink significa valutare attentamente lo stato di maturazione dell'ananas, quindi la sua acidità residua. Fatto ciò possiamo regolarci con l'apporto del lime in una giusta quantità. Il sale essendo un esaltatore di sapori può essere un tocco aggiuntivo alla preparazione. Da non sottovalutare.

che invece si apprestava a preparare un drink, al cocco, in modo approssimativo con succhi di ananas liofilizzati, panna, alcolati con aromi aggiunti e potenti creme

di bassa qualità, trasformando spesso la Pina Colada in una stucchevole bevanda cremosa o frozen.

È quantomeno curioso notare che la stessa preparazione tutt'oggi avviene a Porto Rico dove la Pina Colada non è altro che una granita, servita da un granitore, sia all'Hilton dove evidentemente non ricordano di essere stati un Don Beachcomber, che alla Barracina dove continuano a servirla in un modo prettamente turistico come fosse un sorbetto.

L'insegnamento delle vicissitudini e degli strani intrecci che caratterizzano la storia di questo drink ci consentono oggi di infrangere quelle barriere consuetudinarie che le ultime decadi ci hanno tramandato permettendoci oggi di poter considerare questa ricetta ancora una volta un vero drink. Un cocktail in cui non si perda la freschezza dovuta all'utilizzo del lime, ma che allo stesso abbia la texture morbida e caratterizzante della crema di cocco e tutte connotazioni decise di un buon Rum. Che sia shakerata o frullata nel blender, la Pina Colada potrà continuare a vivere con lo stesso avvolgente stupore, oggi sopito, che segnava da secoli le vacanze dei primi turisti a Cuba.

Gianni Zottola



SHOW ROOM

ITALIAN RUM FESTIVAL



17/18 ottobre 2014 - Salone delle Fontane, Roma

BarTales

bevi responsabilmente



BENVENUTI ALL'EMPLOYEES ONLY

Nel cuore di Manhattan
e in omaggio al Proibizionismo
il posto giusto per bere ottimi drink

DI GIULIA ARSELLI



Per una pausa in un luogo fuori dal comune, uno stacco dal quotidiano alla ricerca di qualcosa di diverso, magari un bar emozionale, come può essere un vero bar, che lasci fuori dalla porta la routine giornaliera, benvenuti a New York, all'Employees Only.

Se siete dei sognatori i bartender

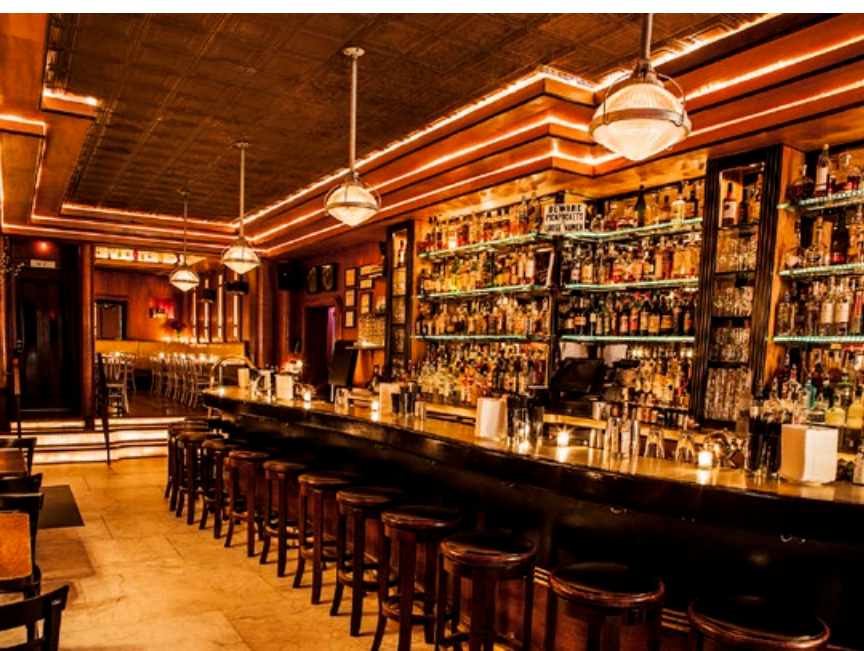
dell'EO misceleranno i vostri sogni e vi faranno cambiare idea sulla vita. All'EO, al 510 di Hudson street, si va per esaudire desideri che esulano dalla ricerca di un buon drink o food di eccellente qualità. Si va per realizzare le aspirazioni più recondite del cuore senza mai essere banali, scontati. È come fare un viaggio con una



NEW YORK
IN QUESTE
PAGINE ALCUNE
IMMAGINI
DELL'EMPLOYEES
ONLY A
MANHATTAN.
PH EMILIE BALTZ

macchina che permette di andare avanti e indietro nel tempo lungo un viaggio scandito da drink di qualità sopraffina e in armoniosa sintonia con una cucina alla cui direzione vi è Julia Jaksic. Si spera e si sogna, si cerca e si trova, ci si innamora e si riposa e ancora. Si socializza e si vive, questo succede veramente all'EO.

Per un bartender che arriva da cliente all'EO è come essere Alice nel paese delle meraviglie. L'atmosfera ricreata è quella dei frivoli anni del decennio 1920-30 in USA, il famoso Proibizionismo che l'America ha romanticamente sdoganato dagli aspetti meno leciti presentandolo come una delle prime rivoluzioni culturali



della propria storia, un momento in cui forse per la prima volta la società ha apprezzato veramente il piacere di un buon drink e il gusto del socializzare.

Esattamente dieci anni fa, Jason Kosmas, Dushan Zaric, Henry La Fargue, Igor Hadzismajlovic e Bil Gilroy, decisero di creare un bar con uno stile del tutto nuovo ed innovativo, rievocando il periodo proibizionista americano. Fondarono l'Employees Only. Il posto fu subito un successo, un menu articolato e innovativo dove ogni tipo di palato potesse essere assecondato, ottimo servizio, cura nel particolare e, cosa da non sottovalutare, divertimento! Il lavoro duro e la cura nei minimi dettagli portarono il bar subito alle luci della ribalta, e dopo qualche anno, i ragazzi furono premiati come miglior bar al mondo al Tales Of The Cocktails del 2011. Oramai, dopo 10 anni di vita, l'E.O. è considerato una pietra miliare del bartending internazionale.

Varcata la soglia annunciata da una piccola insegna al neon ci si trova catapultati nell'atmosfera di uno speakeasy che di segreto ormai, per il mondo intero, non ha veramente niente. Le pareti e gli arredi sono un trionfo di mogano che fa da cornice ad opere d'arte disposte con cura e gusto. Metallo placcato completa la finitura degli arredi e fa bella mostra di sé



scintillando agli occhi, anche se in questo posto il vero protagonista è il cliente. La tribù della clientela dell'E.O. è veramente variegata; un mix di cocktailiani esigenti e snob, puristi dello speakeasy, artisti, yuppies post bolla e anti yuppies, c'è veramente di tutto. Ma la caratteristica di questa eterogenea clientela è il fatto che ogni singolo cliente vorrebbe che il bar fosse tutto e solo per se stesso. Forse è questo il motivo per il quale a una determinata ora i clienti sembrano presentarsi tutti insieme. La musica è un mix di rock, funk e '80s.

I bartender abbigliati di bianco immacolato recitano la loro parte dietro un lungo bar che lascia percepire una maniacale cura dei dettagli; dalla ordinatissima disposizione di bottiglie, in gran parte molto vecchie, al set up delle postazioni da

lavoro rigorosamente ordinate, ai vintage tools disposti con maestria per lanciare il loro messaggio di testimoni attenti e discreti di una storia bellissima. Non c'è niente da fare, su certi posti c'è poco da dire senza cadere nella retorica ripetitiva, bastano poche parole per fare capire cosa è il paradiso per un bartender, dove l'atmosfera vibra di energia e creatività.

Come bisogna essere per diventare bar tender all'E.O.? Questa domanda potrebbe scoraggiare molti, anche esperti, ma certamente così non è stato per Damiano Coren, italiano

*Pareti e arredi
dell'Employees
Only sono un
trionfo di mogano
che fa da cornice
a opere d'arte
di valore*



TALENTO
L'ITALIANO
DAMIANO
COREN,
ALL'EMPLOYEES
ONLY.

non a caso, che il 21 ottobre del 2011 arrivò a New York, partendo da bartender dello Starvijnsky Bar di Roma, per realizzare il sogno della sua vita. La solita valigia piena di speranza, il sogno americano e anche le delusioni che New York potrebbe dare, perché la Grande Mela è e sarà sempre “la città che tutto offre ma che

LA RICETTA

QUIET STORM

- 1.5 oz Bulleit Bourbon
- 1 oz Vermouth bianco infuso al silence the (the rosso)
- 0.75 oz succo di limone
- t- op di ginger beer

PROCEDIMENTO

costruire il drink in un Collins glass versando tutti gli ingredienti, il ghiaccio e terminare con della ginger beer. Mescolare e guarnire con limone e menta.



niente regala”, questa è New York City! Il fascino di New York è sempre in contrasto con le sfide e le interminabili difficoltà che una città così competitiva e grande pone di fronte ogni giorno. E se non si vincono quelle sfide, è molto probabile che ci si troverà presto su un aereo di sola andata verso casa.

Per Damiano le prime esperienze furono certamente non il massimo, professionalmente e come qualità di vita privata, ma l'incoscienza degli innocenti viene sempre premiata. Oggi e domani, un curriculum vitae di qua e un altro di là, alla fine si concretizzarono in una di quelle telefonate che cambiano la vita. Dall'altra parte del telefono non c'era un anonimo in cerca di collaboratori. C'era Steve Schneider, head bartender di uno dei bar più cool/cult del mondo, l'Employees Only. Steve suggerì a Damiano una posizione libera come barback al Macao, bar satellite dell'Employees Only. Senza esitare, Damiano si sentì subito a suo agio ed entrò in quella che sarebbe divenuta la sua seconda famiglia.

Dopo una stagione ardua, divertente e professionalmente meravigliosa passata al Macao, Damiano stava per entrare a far parte dell'acclamato team dell'Employees Only. Il sogno si stava realizzando. Subito dopo il benvenuto in famiglia, Damiano fu preso sotto la tutela di due bartender storici, Mitar e Uros, spina dorsale dell'Employees Only, che a suon di shaker, pazienza e duro lavoro lo indirizzarono sulla retta via. Damiano divenne così un "brate", home slang per definire un fratello, parte di quella che è la famiglia dell'Employees Only. Damiano Coren oggi ha realizzato il suo sogno e sta scrivendo il futuro.

Giulia Arselli

THE
SPIRIT
OF THE
CANADIAN
NORTH



100% NATURAL INGREDIENTS
100% CANADIAN PREMIUM GIN



WWW.UNGAVA-GIN.COM

BILL, IL CAPITANO

“Rum runner” per eccellenza, contrabbandiere e corsaro imprevedibile dei ruggenti anni Venti

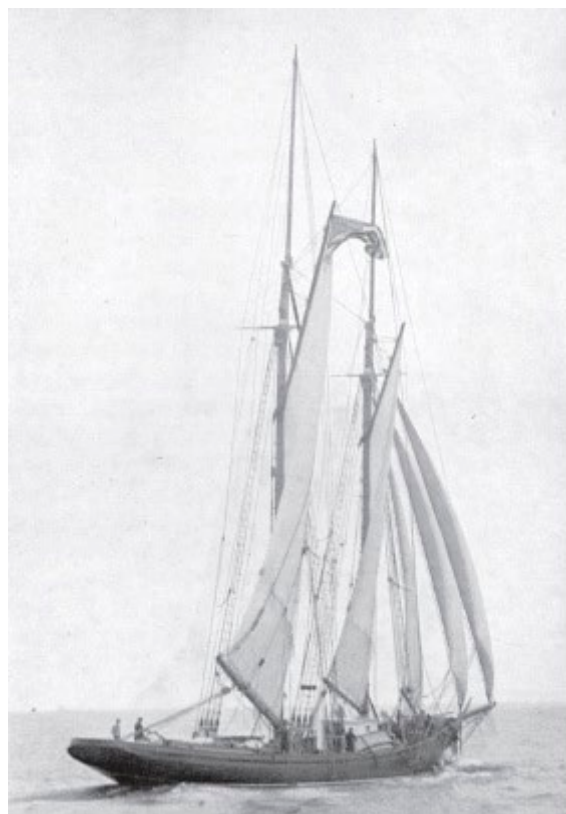
DI FABIO BACCHI

Se il bartending ha riportato all'attenzione di tutti gli addetti ai lavori uno spaccato di storia nel quale moda, costume e malaffare si intrecciavano spesso con la compiacenza delle autorità, ancora molto è da scoprire su alcune figure che di quel mondo sono stati protagonisti assoluti e spesso con ruoli relegati in una zona d'ombra.

Il filo sottile sul quale alcuni camminavano era spesso il limite tra legalità e malaffare, lungo una irriverente aurea da moderna guasconeria e con un fascino proibito ancora vivido. Il Proibizionismo dei ruggenti anni '20 non era solo Al Capone e il suo cerchio magico, i bartender che operarono dietro i bar, o gli agenti federali di Edgard Hoover.

Una delle figure sicuramente più controverse per la sua natura era quella di William “Bill” Mc Coy, il capitano Mc Coy. Questo nome suona più o meno familiare agli addetti ai lavori, ma pochi sanno chi era veramente costui. William Mc Coy è stato il rum runner per eccellenza, contrab-

bandiere di alcolici, moderno corsaro con un rigido codice morale che sfidò l'invincibile armata della US Coast Guard per rifornire di alcolici la costa orientale degli Stati Uniti, dalla punta meridionale della Florida





© COPYRIGHT OF THE MARINERS' MUSEUM



LEGGENDE

IN QUESTE PAGINE ALCUNE FOTO STORICHE DELL'EPOCA DEL PROIBIZIONISMO. QUI SOPRA AL CENTRO BLACK & WHITE WHISKY SULL'ARETHUSA. IN BASSO ANCORA LA MITICA IMBARCAZIONE E, A DESTRA, BILL MC COY.

al porto più settentrionale del Maine.

Mc Coy era un uomo molto rispettato per una sorta di comportamento leale e serio nei suoi affari. Si vantava di trasportare i migliori alcolici che ci potessero essere



© COPYRIGHT OF THE MARINERS' MUSEUM

sul mercato e probabilmente aveva ragione perché, contravvenendo a quelli che erano gli usi dell'epoca, il capitano Mc Coy vigilava affinché gli spiriti non fossero diluiti o manomessi per ottenere maggiori ricavi. L'alcol trasportato da Mc Coy era di prima qualità, buono e sicuro per la salute, e i gestori degli speakeasy riconoscevano Bill come un garante della qualità. Fu così che nacque il motto di "...it's real Mc Coy...", una frase abusata dai trafficanti di alcol di basso livello per qualificare la propria merce.

Se lo stereotipo di un gangster o di un contrabbandiere lascia immaginare scaltrezza, mancanza di scrupoli e avidi interessi, Bill era un uomo semplice, morigerato e del suo codice morale ne faceva un glamorous biglietto da visita. Era astemio, per quanto Rum e alcol abbia contrabbandato non ne è mai diventato vittima, e in un momento in cui le autorità erano spesso in combutta con la criminalità la sua figura è stata romanzata come quella di un uomo onesto.



© COPYRIGHT OF THE MARINERS' MUSEUM



CONTRABBANDO

L'EFFETTO DEL PROIBIZIONISMO È STATO UN AUMENTO DELL'ATTIVITÀ ILLECITA DI VENDITA DEGLI ALCOLICI. NELLA PAGINA ACCANTO BILL MC COY E UNA NAVE DELLA GUARDIA COSTIERA.

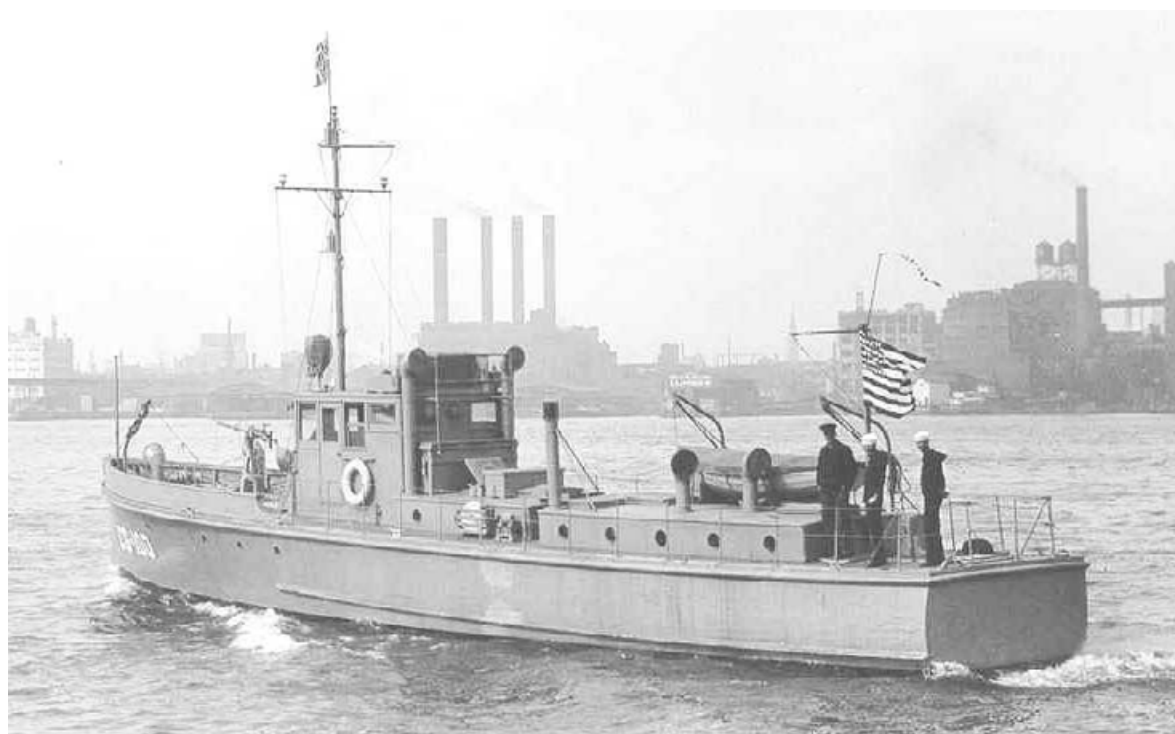
William Mc Coy nacque nel 1877 a Syracuse, New York, da una modesta famiglia di scalpellini. Sin da piccolo era attratto dal mare e, raggiunta l'età, si iscrisse alla Pennsylvania Nautical School. Dopo il corso di studi fu mandato in addestramento nell'Atlantico a bordo della USS Saratoga dove brillò per meriti come primo del suo corso. Il suo ruolo iniziale era di furiere e proseguì la sua carriera su diverse navi, tra cui l'Olivette, sulla quale era imbarcato e in rada nel porto di Havana quando esplose l'USS Maine il 15 febbraio 1898. Era l'anno della guerra ispano-americana per l'indipendenza di Cuba, durante la quale sarebbe nato il Cuba Libre. Congedatosi si ricongiunse al fratello Ben e si trasferì a Holly Hill una ridente cittadina della Florida dove avviò una azienda di costruzione di navi da diporto, dove organizzava escursioni e noleggiava le sue barche.

Gli affari andarono bene da subito, si conquistò una valida reputazione con clienti facoltosi come Cornelius Vanderbilt III e Andrew Carnegie, per i quali varò magnifici yacht. Nel 1919 sposò Maude Clark, che aveva la metà dei suoi anni, ma la sua vita sarebbe presto cambiata in peggio. Forse a causa della differenza di età il matrimonio durò pochi mesi, le prime avvisaglie della crisi del '29 cominciarono a farsi sentire. La sua attività declinò sino alla chiusura dell'azienda e in gravi difficoltà economi-

che fu l'incontro con un contrabbandiere di alcol a fargli prendere la decisione di entrare nel business del contrabbando illegale di alcolici.

Convinse suo fratello Ben a seguirlo nell'impresa e con 20.000 dollari in tasca partì verso Gloucester, in Massachusetts, dove sapeva essere in vendita una vecchia goletta di pescatori, la Henry L. Marshall. Bill impiegò cinque mesi ad attrezzare la barca per il suo scopo; potenziò il motore, la rinforzò nel fasciame, creò delle stive maggiorate per potenziare la capacità di carico. Durante queste operazioni si innamorò, da marinaio qual era, di una barca che aveva visto ma troppo costosa per lui; era l'Arethusa, 114 mt di lunghezza per 60 tn. e si propose di comprarla alla prima occasione.

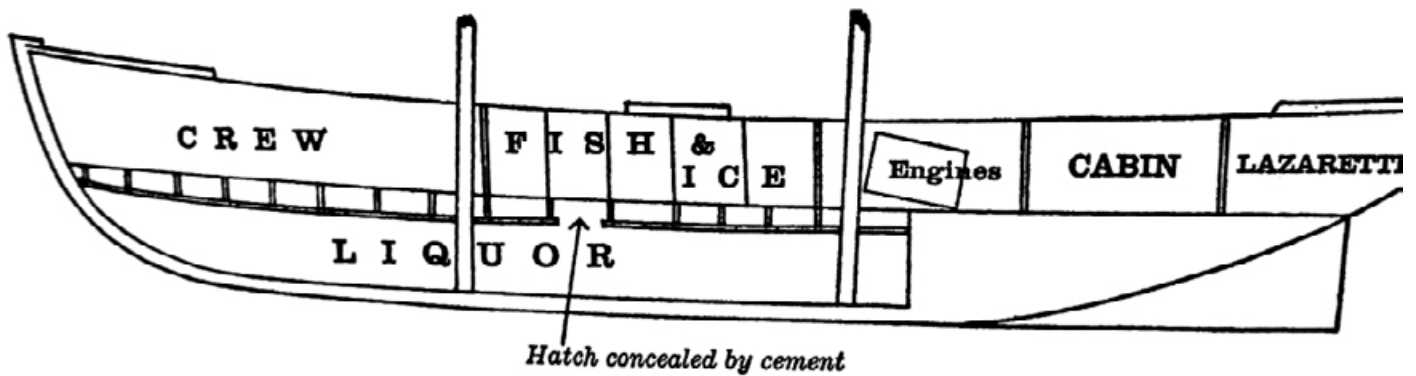
Con la Marshall navigante si recò alle Bahamas e iscrisse la barca al registro britannico, duplicando i documenti di bordo e corrompendo il comandante del porto. Questo significava potere trasportare qualsiasi merce verso gli USA fermandosi a 3 miglia dalla costa, in acque internaziona-



li, senza infrangere la legge. Bill, semplicemente, trasportava alcol da una destinazione all'altra in senso giuridico senza infrangere il Volstead Act. La sua base di partenza era Nassau nelle Bahamas dalla quale poteva facilmente raggiungere l'east coast degli USA.

Il primo trasporto di alcol era costitu-

ito da 500 casse di Rye Whiskey dirette in Georgia. Durante il suo primo viaggio, coraggioso e irriverente qual era, Bill osò entrare entro le tre miglia territoriali incrociando una vedetta della Guardia Costiera ma dalla quale riuscì a liberarsi. Impaurito decise che mai più avrebbe azzardato tanto ed escogitò il sistema delle piccole imbar-



cazioni che si avvicinavano alla sua nave al limite delle acque territoriali, si caricavano di alcol e trasbordavano a terra. Questa attività era poco sorvegliata dalla Guardia Costiera, impreparata a una attività di simili dimensioni, senza budget adeguati e con frontiere costiere molto lunghe da sorvegliare.

Mc Coy comprò l'Arethusa, il suo sogno, e la ribattezzò Tomoka. Poi ricambiò il nome in Marie Celeste

Solo nel primo viaggio Bill guadagnò 15.000 dollari, una cifra enorme che gli permise di coronare il suo sogno. Tornò a Nassau, si fece prestare altri soldi dai suoi amici gangster e comprò l'Arethusa, che lui ribattezzò Tomoka dal nome di un fiume vicino Holly Hill. Quando la guardia costiera venne a conoscenza del Tomoka, Bill cambiò il nome in Marie Celeste. Sol-

cando i mari come un impavido corsaro la fama di Bill crebbe sino a diventare un incubo per le autorità che decisero di dispiegare un grande numero di risorse per contrastare questa attività.

Il 27 novembre 1921 il Governo Centrale nominò US Assistant Attorney General una severa funzionaria di nome Mabel Walker Willebrandt che fece di Mc Coy il suo nemico numero uno. Mabel Walker era la prima donna a ricoprire questo alto incarico, avvocato noto per essere al fianco delle donne e avere difeso senza compenso 2.000 prostitute, fu la mentore di E. J. Hoover alla guida dell'FBI e aveva già fatto arrestare un altro noto bootlegger di Cincinnati, George Remus. Mabel licenziò diverse centinaia di ispettori e agenti sospettati di corruzione o poco efficienti e li sostituì con uomini di propria fiducia, giovani, incorruttibili e ligi al dovere. Le banche cominciarono a essere sorvegliate con molta attenzione. Se il Proibizionismo



aveva i risvolti di una battaglia politica sul mare della east coast si accese una vera e propria battaglia tra contrabbandieri e Guard Coast che si combatteva sul piano della tecnologia. Strumenti di osservazione, motori potenziati, navigazione notturna, scafi aerodinamici, tutto era in continua evoluzione per correre sempre più veloci dell'altro in questo moderno gioco di guardie e ladri.

Bill cominciò a diventare veramente ricco, al culmine aveva una flotta di sette navi con stive attrezzate per contenere i burlock bags, un ingegnoso involucro triangolare ideato da Bill che conteneva sei bottiglie per volta stivandosi alla perfezione. Sembra che Bill per alcuni trasporti usasse anche un idrovolante. Le imprese di Bill Mc Coy che spesso viaggiava con Old Faithfull, il suo cane Newfoundland setter, attirarono l'attenzione dei giornali che ne fecero un personaggio romanzato dipingendolo di simpatia e quasi ridicolizzando le autorità



che invano si sforzavano di catturarlo. L'opinione pubblica fece del capitano William "Bill" Mc Coy un beniamino che, oltretutto, manteneva i prezzi invariati anche durante

INGEGNO
 NELLA PAGINA
 ACCANTO LE
 FOTO
 MOSTRANO LE
 MODALITÀ DI
 STIVAGGIO DEI
 LIQUORI.
 QUI SOPRA
 UNA FASE
 DELL'IMBARCO
 DI ALCOL
 SULL'ARETHUSA
 NEL PORTO DI
 NASSAU.
 QUI A SINISTRA
 MABEL WALKER
 WILLEBRANDT.



STORIA

ANCORA
ALCUNE
IMMAGINI CHE
MOSTRANO LE
ATTIVITÀ DEL
TRASPORTO
ILLEGALE DI
LIQUORI.
A DESTRA IL
LIBRO DI MC
COY.

la fluttuazione del dollaro. Di fronte a colui che nel 1923 venne apertamente definito come pericolo pubblico la Coast Guard fu autorizzata a sparare a vista e alcuni contrabbandieri vennero uccisi durante spericolati inseguimenti sulle onde oceaniche.

Mabel Walker non dormiva la notte pensando al capitano Mc Coy che continuava a sfuggirle e fece ricorso alle tattiche di intelligence. Riuscì a infiltrare un agente FBI sotto copertura, Pete Sullivan, nella comunità di rum runners per catturare Bill. Tutta la comunità era fedelissima a Mc Coy che era riconosciuto come il leader e si accorsero della manovra riuscendo a smascherare il povero Pete Sullivan che, secondo il loro codice piratesco, fu subito condannato a morte. Fu lo stesso Bill a intervenire in aiuto e salvezza dell'agente dicendo che il suo codice morale non comprendeva la morte di alcuno.



Questo atto di magnanimità accrebbe la fama di Bill che ben presto dovette riorganizzare la sua attività in quanto il Canada aveva concluso un accordo giurisdizionale con gli USA sulle acque internazionali rendendo di fatto inutilizzabile la sua base in Nuova Scozia che

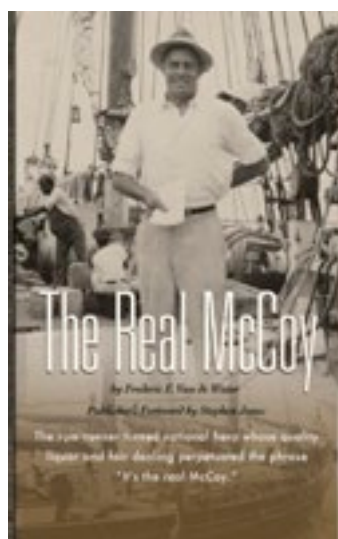
gli serviva per solcare le rotte settentrionali in partenza verso gli USA. Mantenne la base di Nassau per i rifornimenti di Rum e Bourbon e ne organizzò una seconda nell'isola francese di Saint Pierre per i prodotti che arrivavano dall'Europa, Gin e Scotch. Tuttavia questo fu un progetto di breve durata.

Nel mese di agosto 1923 la guardia costiera avvistò il Tomoka al largo della costa e astutamente inviò una piccola barca sotto copertura per avvicinarsi alla nave di Bill. Il capitano non si accorse che erano poliziotti e pensando che fossero malintenzionati ordinò al suo equipaggio



di aprire il fuoco per tenerli a distanza. Questo fatto mandò su tutte le furie Mabel Willebrandt che chiese di catturare il capitano Mc Coy ad ogni costo, vivo o morto. Il 23 novembre 1923 la nave US Coast Guard Cutter Seneca intercettò la nave del capitano Mc Coy, battente bandiera inglese in acque internazionali, si avvicinò e abbordò la nave con stupore di Bill che era all'oscuro di un accordo concluso tra Gran Bretagna e USA secondo il quale questi potevano agire sino a 12 miglia marine.

Per Bill la Rum Run era finita. Riuscì a far cadere le accuse contro il fratello e fu condannato a 9 mesi di carcere, disse che non sapeva di avere sparato contro la guardia costiera in incognito e Pete Sullivan testimoniò a suo favore ripagando il suo debito. Ciò permise a Bill di negoziare la sua pena in carcere e di tornare libero il 25 dicembre 2014. Tornò in Florida, era



ormai ricchissimo, e insieme al fratello Ben si dedicarono a investimenti immobiliari e ripresero il business delle barche.

Le rotte della Rum Run non furono più solcate dal capitano Mc Coy. Altri presero il suo posto ma nessuno raggiunse la sua fama. Il capitano "Bill" morì il 30 dicembre 1948 colpito da infarto, a 71 anni. Nel 2013 grazie all'interessamento di

Richard Seale di Four Square Distillery è stato lanciato su selezionati mercati statunitensi un Rum che, nelle intenzioni, piacerebbe molto a Bill. The Real Mc Coy Rum è di colore ambrato, con note di miele, rovere, caramello, frutta secca e spezie.

Oggi a Daytona Beach, l'Halifax Museum conserva una mostra permanente sul capitano William "Bill" Mc Coy e le sue memorie sono raccolte nel libro "The Real Mc Coy" di Frederic Van de Waters.

Fabio Bacchi



C'ERA UNA VOLTA IL SAOCO

L'unione perfetta della frutta con un distillato. Semplicemente

DI JIMMY BERTAZZOLI

Cuba, tardo Ottocento. Diverse ricette sfruttano un momento storico di assoluto fermento per diventare eterne. Diventare protagoniste di un'era che ha reso onore alla cultura tradizionale e soprattutto a un concetto di miscelazione fino a quel

momento poco conosciuto nel vecchio continente e negli Stati Uniti, drasticamente colpiti dal Volstead Act e dal diciottesimo emendamento che proibiva il consumo e la produzione di bevande alcoliche. Un'era che invece rappresenta in tutto e per tutto la Golden Age cubana.



Bevande come la Canchanchara trovano così un nome scritto sui documenti del settore, una ricetta ben definita e diventano un fondamento saldo su cui ancora drinks che segneranno profondamente la storia della miscelazione mondiale. Drink che grazie ad un gruppetto di amici e appassionati il 28 Maggio del 1924 daranno vita ad una delle prime associazioni tra Bartender del Mondo, “El Club De Cantineros de la Republica de Cuba” per essere poi esportati in ogni angolo del pianeta.

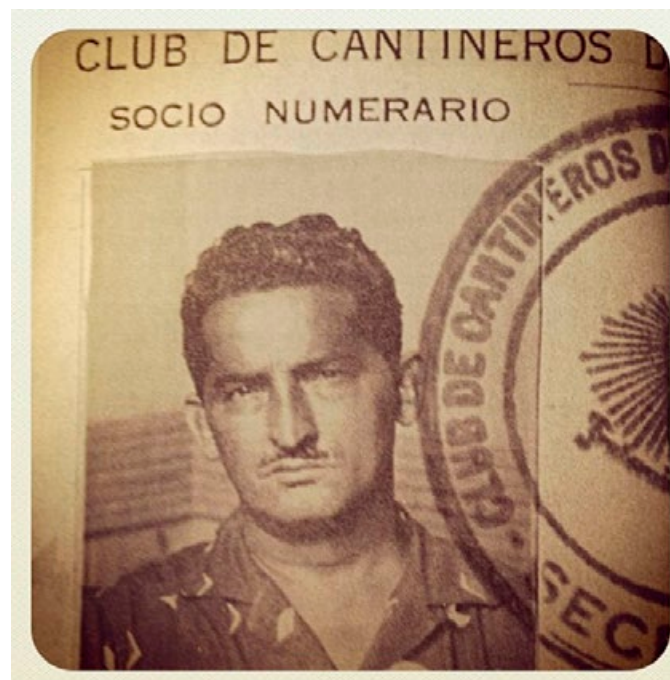
In realtà ciò che si stava esportando era un vero e proprio concetto, un’idea senza tempo di cui rimane veramente difficile definire le origini e confini. Di fatto semplicissima: unire distillati (fino a quel momento pessimi, solitamente aguardienti) con una parte sour/bitter e una parte dolcificante. Rum, agrumi e miele. A dire il vero diverse ricerche non sono ancora riuscite bene a definire se la parola spagnola che appare in diversi documenti “miel” (di cui la traduzione in Italiano è miele) stia ad intendere il miele prodotto dalle api tramite l’impollinazione dei fiori oppure la semplice spremitura



della canna da zucchero, enorme risorsa nelle isole caraibiche.

Personalmente apprezzo molto la visione di Jared Brown che non si sofferma troppo a comprendere questa differenza ma sposta il focus sul gusto dell’uomo che, pur essendo in continua evoluzione, è alla ricerca di morbidezze piuttosto che spigoli. In realtà sono proprio gli spigoli a dare una connotazione importante, decisa e complessa alle bevande alcoliche di sempre. Concetto che ha trovato una reale conferma solo dopo la nascita dei grandi Rum, tendenzialmente jamaicani,

NATURA
NELLA PAGINA
A SINISTRA IL
SAOCO. QUI
SOPRA COCOS
NUCIFERA E IN
ALTO UN
GRAPPOLO DI
NOCI DI
COCCO.



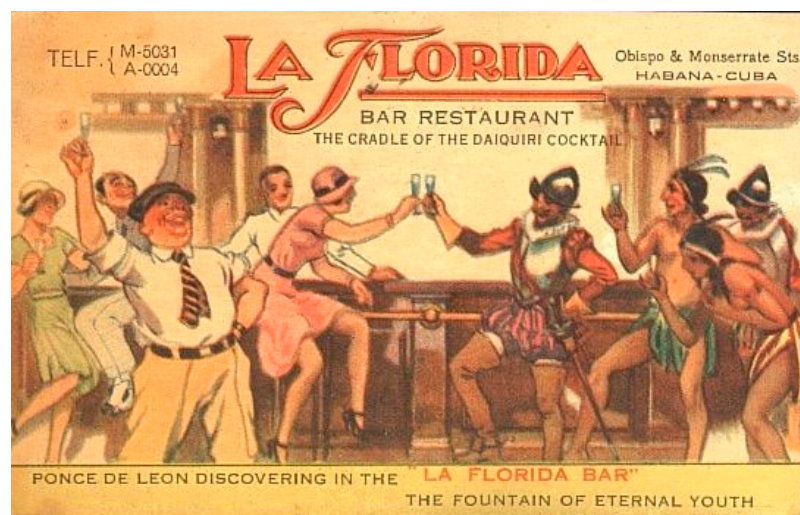
CULT
IMMAGINI
D'EPOCA
SULL'ABITUDINE
DI BERE RUM
NEI CARAIBI.

che con la loro complessità hanno dato vita ai Tropical Punch che fino a quel momento erano semplicemente considerati punch, e avevano come struttura portante Rum trasformati da spezie in infusione per renderli più apprezzabili. Un esempio possono essere i Rum Arrangé delle Antille Francesi.

Ed è proprio lo stesso concetto di punch che trasporta dal 1600 ad oggi questa visione della miscelazione. Una ricerca della complessità al palato accompagnata da un equilibrio perfetto. Più si aggiunge complessità ad una bevanda tramite l'utilizzo di elementi naturali esterni più diventa difficoltosa la ricerca dell'equilibrio, perdendo la linearità dei sapori. Qui entra in gioco il gusto, non la scienza. La capacità critica di unire elementi dolci e acidi rendendoli assolutamente armonici. L'armonia è al naso e in seguito al palato, non su un foglio di carta dove ci si ostina a scrivere quanti grammi di succo di lime serve. Occorre sviluppare questo senso perché gli elementi naturali sono

uno diverso dall'altro e questo lime è diverso dal prossimo che lavorerò. Questo è il senso della miscelazione che mi piace chiamare tradizionale o "primitiva". Una totale mancanza di costanti di gusto che rendono necessario lo sviluppo di una capacità di riconoscere dove si trova il punto di equilibrio.

Un tempo tutto ciò era naturale poiché non esistevano tecnicismi dati da un'eccessiva conoscenza (il più delle volte distorta) dei prodotti e ci si affidava solo



ai nostri sensi. Il buono era buono, punto. Ora il cattivo può diventare buono se siamo certi di aver eseguito bene una ricetta, ma non è così. La ricetta di un Daiquiri, quindi, non può riportare quanti grammi di succo di lime necessita, poiché non abbiamo il controllo della reale dolcezza e acidità di quel frutto. E questo vale per tutta la frutta. Per questo motivo sono nati sciroppi industriali perfetti nell'equilibrio che ci risparmiano la fatica di una ricerca del gusto facendoci così al-

lontanare dal senso che per millenni abbiamo sviluppato. Sono colpevoli, punto.

La miscelazione di distillati e frutta (quasi sempre si parla di Rum) hanno poi assunto connotazioni leggermente diverse tra i paesi Caraibici e il Sud America dove allo stesso modo è presente una forte tradizione di questa miscelazione apparentemente semplice. La ricerca del gusto ci ha portato a trovare connotazioni caratterizzanti a molti drink e punch e l'elemento naturale protagonista principale di questa evoluzione sono gli oli essenziali degli agrumi. Ieri come oggi sono il ponte che unisce l'identità del succo dell'agrume al distillato, la linea



di collegamento. Nella miscelazione con la frutta spesso necessitiamo di questo elemento poiché hanno la capacità di dare un vero e proprio carattere alla bevanda, soprattutto se la frutta non è al

massimo della resa.

Gli oli, ossia una connotazione bitter, sono molto usati nelle miscelazioni tradizionali sudamericane dove la parte citrica da sola non riesce a sostenere la struttura della bevuta e si cerca una forte presenza della complessità aroma-

tica del lime. Al contrario, in un tipo di miscelazione tradizionale caraibica che ho riscontrato anche in Sud Africa grazie a diversi viaggi, la frutta è la colonna portante del drink e non necessita di altro. Gli oli andrebbero solo a interferire sul gusto travolgente di certi frutti, vere e proprie opere della natura, lavorati solo con zuccheri o dolcificanti naturali per

la loro proprietà di essere trasportatori di gusto e con una parte citrica naturale con la capacità assoluta di essere un esaltatore di gusto. Seguendo questo tipo di ragionamento possiamo comprendere tutte le ricette odierne e cercare un equilibrio grazie esclusivamente ai nostri sensi.

Circa quattro o cinque secoli fa qualcuno ruppe una noce di cocco giovane, ci levò una piccola parte di succo e ci versò dentro Rum, o meglio, un aguardiente sicuramente imbevibile. Qualche secolo dopo prese il nome di Saoco, termine caraibico di origine spagnola che indica l'essenzialità, il piacere delle cose semplici. Il Saoco racchiude l'unione perfetta della frutta con un distillato.

L'acqua di cocco è probabilmente uno degli elementi naturali più perfetti, complessi ed equilibrati mai esistiti. La ricetta del Saoco è la seguente: acqua di cocco appena colto, verde, e aguardiente. Nient'altro. Perché la natura nella sua massima espressione non ha bisogno di altro.

Jimmy Bertazzoli

*Acqua
di cocco appena
colto, verde
e Aguardiente.
Questa è la ricetta
essenziale
del Saoco*

MI SECRETO?

la pasión en cada detalle

Non bere molto, bevi molto bene.



L'importanza dei dettagli

I piccoli particolari, i segreti, le esperienze...

Sono gli ingredienti che rendono unici i nostri Rum. Dettaglio è eleganza, stile, raffinatezza...secondo i segreti e la tradizione di famiglia Botran.

Tutto parte dalla canna da zucchero e dalla sua selezione per proseguire con i luoghi di coltivazione, l'estrazione del succo e la concentrazione nel *miel virgen*, la speciale fermentazione, la distillazione e l'invecchiamento secondo un particolare sistema Solera.

Ognuno di questi passaggi è frutto di sapienza e cura del dettaglio...

Ron Añejo
BOTRAN[®]
PRODUCTO DE GUATEMALA





L'ACQUAVITE DEGLI SCHIAVI

Da bevanda povera e maleodorante a distillato di pregio, l'avventura di uno spirito che conquistò la nobiltà e diede nuovo slancio all'economia

DI LEONARDO PINTO

I primo documento che parla di Rum ai Caraibi è datato 1657 e fu scritto da Richard Ligon, un filo monarchico britannico che visitò la colonia di Barbados. Si narra di come il Rum fosse creato a partire dalla schiuma prodotta nel pro-

cesso di estrazione dello zucchero e di come questa bevanda fosse prodotta e consumata dagli schiavi. Questo il primo indizio storico importante.

Il Rum era la bevanda degli schiavi, non della classe nobile. Una bevanda di bas-

so livello che Ligon descrive come orribile all'odore ed al sapore. All'inizio dell'Ottocento, il blocco continentale dell'epoca Napoleonica portò alla creazione del primo zuccherificio a partire da barbabietola da zucchero in Bassa Slesia. Inevitabile fu il declino dell'economia delle colonie francesi, le quali si ritrovarono a fronteggiare un blocco del mercato dello zucchero. Nacque quindi l'idea di evitare una fase del processo, l'estrazione dello zucchero, e di cominciare a dare valore all'altro prodotto della canna da zucchero: il Rum. L'idea era quella di elevare questo spirito al livello degli altri grandi spiriti mondiali e con essi competere nei mercati. Il Rum, in questo caso, non veniva più prodotto a partire dalla schiuma o dalle melasse, ma direttamente dal succo di canna vergine, in francese "vesou". Si assistette quindi alla nascita dello stile "agricole".

Coadiuvata dalle allora recenti scoperte tecniche nel campo della distillazione, come l'alambicco Coffey, l'intera area caraibica cominciò in modi diversi a dare più valore al Rum, che in quel momento cominciava a fare capolino come distillato di punta soprattutto nella vicina ed ormai indipendente America. Nelle colonie francesi, come già detto, e soprattutto sulle isole di Haiti e Martinica, il Rhum agricole la fece da padrone. I potenti distillati di Jamaica e Barbados cominciarono ad essere ripuliti dei difetti di distillazione grazie all'ormai consueto taglio delle code ed a Cuba nacque il mito del Ron Ligiero, un distillato di canna da zucchero creato in alambicchi da Vodka ed aromatizzato grazie al passaggio in botte ed alla filtrazione a carboni attivi. Finalmente l'economia delle colonie poté ripartire.

Il Rum si pose quindi, alla fine dell'Ottocento, come un distillato di qualità elevata,



PROCESSI PRODUTTIVI

NELLA PAGINA
ACCANTO LA
BARBABIETOLA
DA ZUCCHERO.
SOPRA
ALAMBICCHI
A SINGOLA
COLONNA
E, A LATO,
A DOPPIA
COLONNA.



adatto alle classi nobili e che nulla aveva da invidiare agli altri distillati prodotti nel panorama mondiale, oltre che come spirito di una intera cultura e fonte di slancio per una nuova economia. È qui che nacquero concetti di marketing moderno come l'uti-

lizzo del "marchio di fabbrica". Purtroppo però, il crollo definitivo di questo mercato e di questo distillato avvenne pochi decenni più tardi con l'entrata in vigore del Proibizionismo in America a cui si affiancarono le due guerre mondiali. L'economia delle isole fu completamente

compromessa, il Rum sparì dai mercati di tutto il mondo e venne presto relegato nuovamente al solo consumo locale.

Alla fine del Proibizionismo, supportato dalle nuove tendenze di miscelazione,

l'era Tiki su tutte, il Rum tornò a fare capolino nel panorama americano e poco dopo anche in Europa. Ma la sua veste era cambiata. Adesso era un prodotto da miscelazione. Questa nuova e potente ondata di consumo rivitalizzò nuovamente l'economia delle poche distillerie rimaste, alcune delle quali per riuscire a soddisfare la domanda cominciarono produzioni massive in enormi alambicchi a colonna. L'utilizzo della colonna, spesso erroneamente, viene associato alla creazione di Vodka o comunque di distillati molto leggeri. Questo è vero per alambicchi a colonna di grandi dimensioni e con diverse colonne di rettifica (o ridistillazione), non è vero invece per gli alambicchi a colonna di piccole dimensioni basate sul modello del vecchio Coffey Still.

Chiaramente la capacità di produzione e la potenza aromatica del Rum in uscita dalle due colonne è completamente differente. In questo momento storico assistiamo all'utilizzo da parte delle aziende

Alla fine dell'Ottocento il Rum diventa un distillato di alta qualità. Al pari degli altri distillati



MATERIE
NELLA PAGINA
ACCANTO
TINI DI
FERMENTAZIONE
DEL VESOU.
QUI SOPRA
L'ARRIVO DELLE
MELASSE.

più grandi, che puntano tutto su questa rinascita, di alambicchi a più colonne e di grandi dimensioni. Il risultato, in linea con gli obiettivi, è la produzione di un distillato neutro, spesso edulcorato e addizionato di aromi. Questo fenomeno si protrae per oltre cinquant'anni ed arriva ai giorni nostri. Questo non significa che ai Caraibi si fosse completamente persa la cultura del Rum e dell'invecchiamento a favore della massificazione degli spiriti leggeri bianchi, al contrario. Intorno agli anni ottanta infatti, alcune distillerie storiche decisero di riportare il Rum al livello che gli spettava, quello dei grandi spiriti, coadiuvate da un mercato ormai pronto ad accoglierle grazie ad una cultura del distillato da degustazione proveniente dal mondo del Whisky e più precisamente del single malt. Questa decisione divenne ben presto virale. La domanda del Rum da degustazione subì un'impennata e molte nuove distillerie si introdussero in questo mercato. Un mercato senza leggi e senza controlli in cui il

genio di alcuni origina distillati di qualità eccelsa.

Oggi si possono trovare ai Caraibi processi di fermentazione in vasche a chiusura ermetica e a temperatura controllata che generano esteri a catene lunghissime, i quali sono responsabili della qualità e complessità aromatica del distillato. Si trovano tecnologie di distillazione votate al futuro, anche nelle distillazioni a colonna. Continui studi sui materiali, esperimenti di invecchiamento e coltivazioni di lieviti derivanti da anni di sperimentazione e selezione. Anche l'esperienza degli uomini che vi lavorano è cambiata. Uomini che oggi vogliono portare fuori dai Caraibi un distillato che rappresenti la loro gente, la loro cultura e la loro terra. Ma a queste aziende e a questi profeti del Rum si contrappongono, inevitabilmente, Rum fatti a partire da alcool di basso livello con addizioni ed edulcorazioni varie, i quali basandosi su una bella storia e su un packaging spesso accattivante vanno a posizionarsi in una



STRUMENTI

QUI SOPRA
POT STILL
GIAMAICANO.
NELLA PAGINA
ACCANTO
L'INTENSO
COLORE
DEL RUM.

fascia di prezzo alta o altissima.

Sfogliando i regolamenti nazionali alla voce Rum è facile accorgersi che sul Rum è specificato poco o nulla. Non vi sono criteri di qualità valutabili e non vi sono grosse restrizioni. Spesso non vi sono proprio restrizioni se non riguardanti il grado alcolico e la materia prima. Una carenza così grande dal punto di vista legislativo autorizza velatamente a identificare come Rum la produzione di qualsiasi tipo di liquore.

Un altro grande problema sono le errate convinzioni che sono state trasmesse, in quest'ottica, al consumatore. L'utilizzo di coloranti atti a rendere più scuro il distillato è una pratica ormai diffusa e risponde all'esigenza di creare Rum invecchiati in breve tempo, in quanto il consumatore è convinto che un colore più scuro equivale ad un periodo di invecchiamento più lungo. Sulla scia del Whisky, invecchiato in clima scozzese, è ormai radicata la convinzione che i distillati più importanti debbano ave-

re venti o trent'anni di invecchiamento in single barrel, cosa che ai Caraibi è una chimera dato il clima. Ma spesso non ci sono regolamentazioni in merito all'etichetta e al numero in essa riportato, quindi perché non soddisfare, con un piccolo raggiro, le convinzioni del consumatore?

Il Rum viene dalla canna da zucchero, è vero, ma subisce un processo di fermentazione e successivamente di distillazione che non si portano dietro gli zuccheri. Le botti hanno degli zuccheri semplici e degli zuccheri complessi ma in quantità molto piccole, tali da arrotondare il distillato ma non addolcirlo. Quindi perché spesso in giro si trovano Rum stucchevoli? È ovviamente un caso che uno dei migliori espedienti per coprire eventuali difetti di distillazione o di invecchiamento sia l'edulcorazione. Un importante uomo di marketing della storia diceva: "la qualità percepita vale molto di più della qualità effettiva". La qualità percepita, appunto, insieme all'assenza di leggi. Se l'entrata in vigore dell'A.O.C. a tutela



del Rhum Agricole di Martinica, nel 1996, è stata così tanto criticata per i vincoli che da alla produzione del Rum, dall'altro lato il fenomeno dei "liquori", copre una fetta enorme di mercato.

È per tutti questi motivi che oggi è in atto una vera e propria rivoluzione. Una rivoluzione fatta da persone che tanto credono nelle origini di questo distillato e che provengono da ogni parte del mondo. Una rivoluzione che coinvolge tutta la filiera, a partire dal produttore, e che è volta a cambiare il mercato alla radice: il consumatore. Il mercato del Rum nel nostro paese ha subito, in generale, un lieve declino di vendite. Come tutti i mercati ha risentito della crisi che ha colpito l'Italia. Ma analizzando i numeri nel dettaglio si nota che il segmento dei Rum di alta fascia, i cosiddetti premium, è invece in salita costante da oltre venti anni, nonostante gli aumenti di IVA ed accisa ed il forte periodo di recessione economica. Questo dà il polso di come l'apprezzamento del Rum

e la ricerca di prodotti di qualità catalizzi in modo incredibile l'attenzione del mercato.

Il consumatore medio di Rum, data la novità di questo prodotto sul mercato odierno, non è però pronto a districarsi nella folta matassa di etichette dalle diciture spesso variopinte e fasulle. L'educazione del consumatore e di chi al consumatore si rivolge è la vera chiave. Lasciare il fruitore intricato nelle maglie del marketing scervo e senza contenuto, dell'investimento votato alla costruzione di una "qualità percepita", vuol dire condannare ancora una volta questo distillato all'abbandono. La rivoluzione in termini di produzione oggi è continua e costante. Espressioni di Rum mai incontrate prima stanno facendo capolino, aspettando solo di essere apprezzate nel modo giusto. I produttori, quelli seri, si stanno avvalendo delle migliori innovazioni tecnologiche pur mantenendo il rispetto per il liquido. Il rispetto per uno spirito che non è solo alcool. E il mercato è pronto?

Leonardo Pinto



UN PO' PIGNA UN PO' MELA

Pineapple, nana o ananaz:
usi e virtù di una pianta
che già Maya, Atzechi
e Incas coltivavano.
Buona, bella e benefica

DI GIOVANNI CECCARELLI

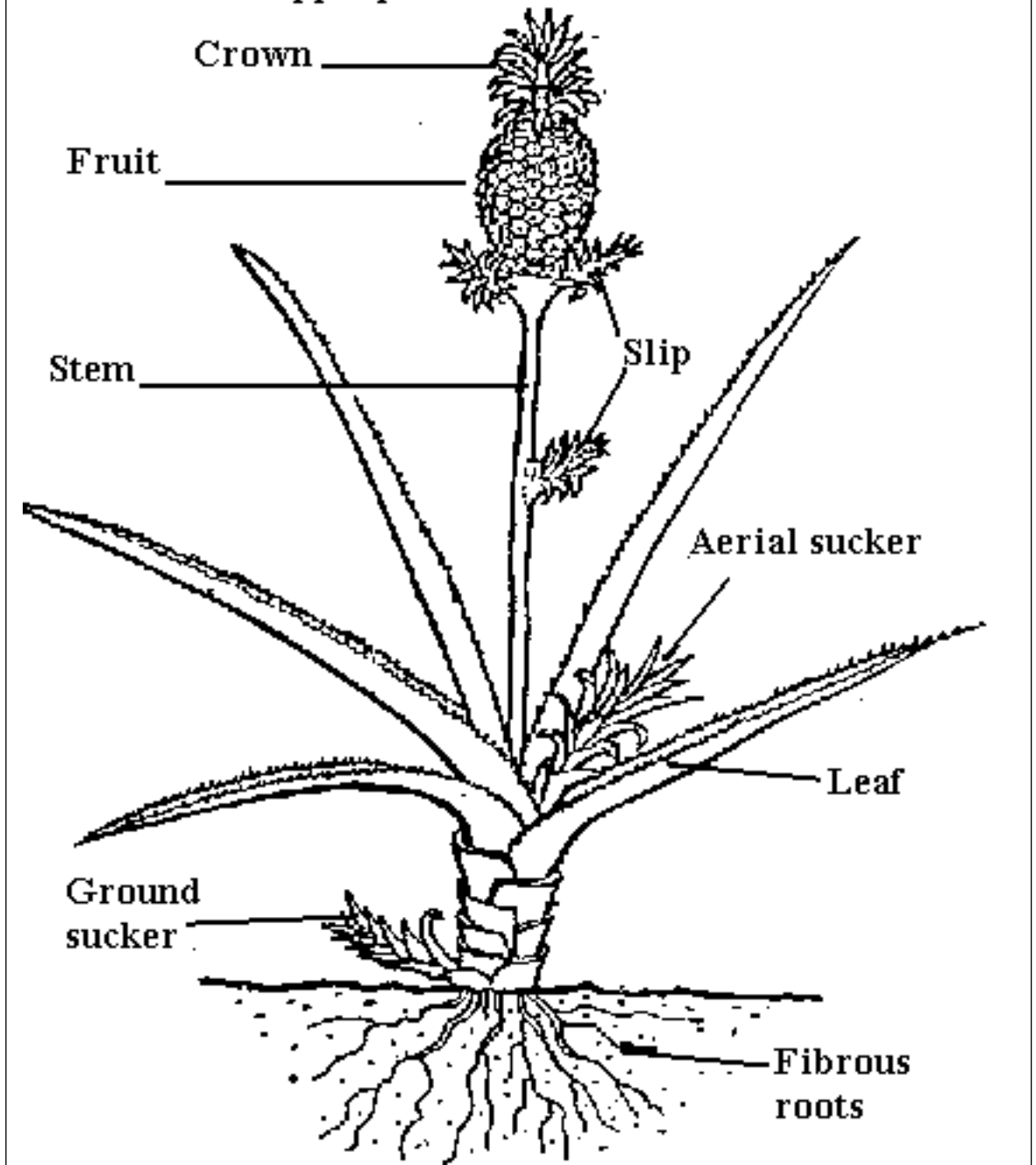
Con il termine *ananas* si indica un genere di piante facente parte della famiglia delle *Bromeliaceae*. La specie che viene coltivata ad uso alimentare è l'*ananas comosus*, alla quale ci si riferisce semplicemente con il termine ananas o ananasso. È una pianta perenne, cespugliosa e può raggiungere un'altezza massima di 1.5 metri. Le foglie sono molto lunghe, appuntite, ricche di spine, dal colore verde.

Durante il periodo della fioritura, vicino all'apice dello stelo, si sviluppano tanti fiori di colore viola/rosso ciascuno dei quali è accompagnato da una *brattea* rossastra o verde; in botanica, con questo termine, si intende la foglia che accompagna i fiori. La conformazione tipica dei fiori, raggruppata in questo modo, prende il nome di *infiorescenza*. I singoli frutti

che si sviluppano dai fiori si uniscono in un unico frutto (*infruttescenza*) di forma cilindrica, che può raggiungere i 30 cm di lunghezza e un peso generalmente intorno ai 2 kg (tuttavia alcune varietà raggiungono un peso e dimensioni superiori). La buccia è legnosa, coriacea ed è formata da unità esagonali e il colore varia dal verde, al giallo al rossastro quando maturo; protegge una polpa acidula ma zuccherina, di colore giallo. All'interno, disposto lungo l'asse, troviamo lo stelo (o gambo) più legnoso del frutto ma ricco di bromelina, un enzima che favorisce la digestione delle proteine ed ha potere anti infiammatorio.

L'*ananas* è un frutto non climaterico quindi, una volta raccolto, non ha una maturazione completa, non aumenta la quantità di zuccheri del frutto e non vi

60.8 Pineapple plant with fruit



è un miglioramento generale delle proprietà organolettiche. Si avrà però una diminuzione dell'acidità generale del frutto e un aumento della sua succulenza, rendendo il frutto molto più gradevole al palato. Questo pone non pochi problemi alla filiera produttiva: la maturazione del frutto in pianta può essere repentina e, una volta maturo, il frutto deperisce velocemente ed è molto sensibile agli urti, rendendone molto difficoltoso il trasporto (soprattutto quello via nave per i lunghi tempi di percorrenza).

In miscelazione l'ananas è utilizzato principalmente per preparare la Piña Colada. La tendenza attuale di molti bar è quella di utilizzare il succo imbottigliato o l'ananas in scatola sotto sciroppo. Nel primo caso ci troviamo di fronte ad un ingrediente liquido, molto dolce e con un sapore abbastanza blando poiché pensato per essere bevuto non miscelato. Nel secondo caso avremmo la polpa ma con una dolcezza eccessiva e una freschezza diversa dal frutto non lavorato. Si consiglia quindi di utilizzare il frutto fresco,



* PINEAPPLE SHRUBB

- 1 whole pineapple cut into 1 in. pieces
- 5 lime peels
- 5 cups of sugar & apple vinegar

Table 1—Quantitative determination of sugars in pineapple gum hydrolysate by GLC

Sugar	% of gum hydrolysate
Arabinose	18.3
Glucose	6.9
Galactose	21.4
Mannose	48.2
Xylose	6.9

selezionato tra i migliori che il mercato ci mette a disposizione e conservato in maniera appropriata per garantire al drink il gusto e la cremosità che gli sono propri. Questa delicata sensazione tattile del drink è possibile poiché all'interno del frutto è contenuta una gomma i cui principali componenti sono i *galattomannani*, particolari polisaccaridi molto simili a quelli presenti all'interno della gomma di guar. Tuttavia è impossibile replicare la spumosità di un centrifugato di ananas o della versione analcolica del drink perché

l'alcool etilico impedisce la formazione di una schiuma altrettanto consistente.

Molte sono le cultivar di ananas oggi presenti sul mercato mondiale, tuttavia molte vengono destinate al mercato interno e non tutte vengono immesse sul mercato come frutto fresco ma come snack, sotto sciroppo, succhi ecc. Queste varietà sono per esempio le famosissime Smooth Cayenne, Red Spanish, Queen e Abacaxi. Molto diffuse nel mercato del fresco troviamo:

- **Golden Ripe (proprietà Del Monte):** pol-

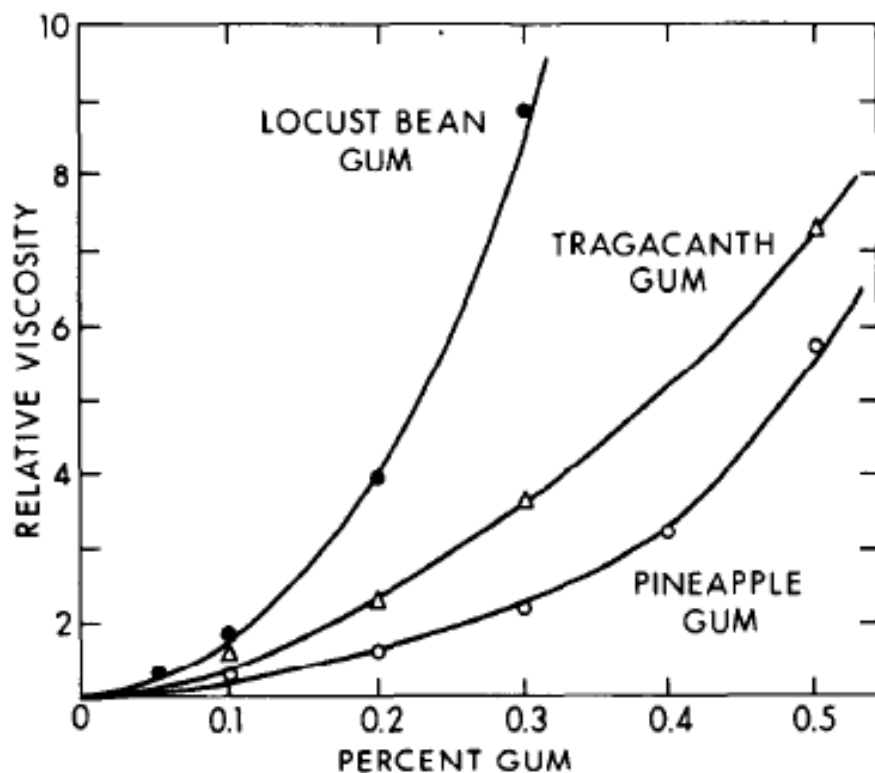


Fig. 1—Relative viscosity of locust bean, tragacanth and pineapple gum solutions. Flow times were measured at 50°C with an Ostwald viscometer.

pa molto zuccherina, compatta, di colore giallo intenso e con un ridotto contenuto di acidi;

- **Josapine:** proveniente dalla Malaysia ha

la polpa di colore giallo oro e un forte aroma. È un ibrido tra due varietà di Smooth Cayenne e Red Spanish.

- **Scarlett:** incrocio tra le varietà Smooth Cayenne e Manzana, ha la polpa giallo oro, poco fibrosa e acidità sostenuta come la Smooth Cayenne.

Concludendo, se l'utilizzo del frutto non è immediato, si consiglia di acquistare ananas non troppo morbidi permettendo una conservazione più lunga. La morbidezza non è sintomo di un frutto più maturo ma di uno già presente sugli scaffali del nostro rivenditore da qualche giorno. Per evitare danni da raffreddamento la temperatura consigliata è intorno ai 14°C. Tuttavia questa temperatura non permetterà uno stoccaggio più lungo di qualche giorno. È bene tenere l'ananas lontano da frutti produttori di etilene (mele, passion fruit ecc.) perchè questo ormone porterebbe alla decolorazione della buccia.

Giovanni Ceccarelli

LA RICETTA

MARY PICKFORD

INGREDIENTI

- 6cl Ron chiaro cubano
- 6cl succo fresco di ananas
- 1cl sciroppo fresco di melagrana (granatina)
- 1cl Maraschino



PROCEDIMENTO

Shakerare vigorosamente tutti gli ingredienti, servire in coppa.

Note. Inventato nel 1920 da Fred Kaufman all'hotel National de Cuba è un drink nel quale la scelta dell'ananas è di fondamentale importanza. Si consiglia di utilizzare un centrifugato fresco di ananas o di pestare direttamente nello shaker qualche pezzo di ananas fresco. Si sconsiglia di utilizzare succhi confezionati. Per lo sciroppo di granatina si legga n°4 di BarTales, dicembre 2013.

BY APPOINTMENT TO HER
MAJESTY THE QUEEN
TANQUERAY GORDON



A COMPANY LIMITED,
LONDON, ENGLAND,
GIN DISTILLERS

Tanqueray

— N° TEN —



— THE ONLY GIN MADE WITH —
FRESH CITRUS FRUIT

FOR THE PERFECT GIN & TONIC

AL CHIARO DI LUNA

JAIME JOYCE

MOONSHINE. A CULTURAL HISTORY OF AMERICA'S MOST INFAMOUS LIQUOR

ZENITH PRESS (USD 18,63)

Al chiaro di luna, sotto la luna. Il termine *Moonshine* è comunemente riferito ad alcolici illegali, prodotti senza licenza in distillerie clandestine, celate in folti boschi per evitare le forze dell'ordine e con attrezzature di fortuna.

Di notte, da cui il termine e venduti furtivamente. Quasi sempre distillati a base di mais e assolutamente non invecchiati.

Nel libro, la giornalista Jaime Joyce esplora il secolare rapporto che i *Moonshine* hanno avuto con la storia degli Stati Uniti, dall'arrivo dei coloni che importarono le tecniche di distillazione rurale alla Whiskey Rebellion del 1700, sino al pre e al post proibizionismo.

Il contesto storico durante il quale i *Moonshine* si sono rivelati presenta uno spaccato sociale nel quale questo prodotto, quasi sempre pericoloso e di bassa qualità, ha spesso giocato un ruolo importante nell'economia, nella storia, nei rapporti sociali, nell'attenzione politica che ha suscitato.

Joyce esplora il fascino che ha ammantato i *Moonshine*, la loro artigianalità, le storie degli uomini che lo lavoravano nottetempo e l'appeal che hanno suscitato sui consumatori.



In un tempo nel quale ciò che è artigiano attira consumatori e bartender i *Moonshine* cercano di ritagliarsi uno spazio nuovo, seppur perdendo il loro aspetto proibito, rifacendosi il look grazie a brand che ne ripercorrono le tracce tecniche e produttive, stavolta alla luce del sole.

Il libro presenta i *Moonshine* come una vera creazione americana. Nei dieci capitoli storici vengono analizzati tutti gli aspetti di quel prodotto, arricchiti di testimonianze e foto spesso inedite.

Si capisce come i *Moonshine* abbiano giocato il loro ruolo, spesso dietro le quinte, nella pop culture, nello sport e nel cinema.

“Moonshine”, scritto in modo frizzante e appassionato, è certamente la celebrazione di una storia popolare tutta americana.

Alessandro Palanca

ALESSI

CAMPARI

Simply Squeeze
**COCO
REAL**

1492 COLONIALE
GROUP

**DIAGEO
ITALIA**

DISARONNO®

FABBRI
1905

Finest
CALL
Premium Cocktail Mixes

FiveSenses®
by MAFIDRINK

SPEZIALBIER-
BRAUEREI
FORST
BIRRA-BIÈRE-BEER-BIER

ZF

GARNET
Europe

Ice³
BRIVIDO PURO

LA SPAZIALE
espresso coffee machines

LURISIA
PREMIUM BEVERAGES

MARTINI

MIXER

NONINO
Distillatori in Friuli dal 1897

parmalat

Pernod Ricard Italia

PIAZZA

RCR
CRISTALLERIA
ITALIANA

Red Bull®

Santàl

SIRMAN

SLIDE®

UOLARE



PALLINI
- ITALIA -