

BarTales

N. 9 | MAGGIO 2014

Face to face
ERIK LORINCZ
EAST CLASS

Cocktail story
ZOMBIE
CULTURE

Hot spirit
CARO
VECCHIO TOM



GIN POWER & "THE RAT PACK"

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



- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
CORAGGIO LIQUIDO
- 7** **Informaibes** UNITI E VINCENTI
- 8** **News** DAL MONDO
- 10** **Face to face** di Melania Guida
EAST CLASS
- 14** **TASTING** di Fabio Bacchi
GIN POWER
- 20** **Trend** di Antonio Parlapiano
SOTTOVUOTO
- 24** **Focus on** di Joao Rubinato
BENVENUTI AL SUB ASTOR
- 29** **Cocktail story** di Gianni Zottola
ZOMBIE CULTURE
- 34** **Bar story** di Fabio Bacchi
SOLDATO CLARKE
- 38** **Hot spirit** di Leonardo Leuci
CARO VECCHIO TOM
- 42** **Liquid story** di Luca Di Francia
VIAGGIO ENOICO NELLA ROMA ANTICA
- 48** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli
ROSSO CRANBERRY
- 52** **Book corner** di Alessandro Palanca
LA LISTA DI GAZ

BarTales N. 9 | MAGGIO 2014

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

ART DIRECTOR

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giovanni Ceccarelli, Luca Di Francia,
Leonardo Leuci, Alessandro Palanca,
Antonio Parlapiano, Joao Rubinato,
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

©2014 Illustrazione di Michele Giusto

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



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



Pure Collection



Specialty Cocktails



INTERNATIONAL BARTENDERS ASSOCIATION

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



CORAGGIO LIQUIDO

Che storia quella del Gin. Concepito da un medico olandese come rimedio per curare i soldati che si ammalavano di febbre nelle Indie Orientali, diventò “coraggio liquido”, “coraggio olandese” da somministrare agli inglesi nelle Colonie (dall’Olanda il Gin si diffuse sempre più in Inghilterra che aveva vietato l’importazione dell’odiatissimo Cognac) e *farmaco* per la malaria, grazie al contenuto di chinino nell’acqua tonica. Preferito da Hemingway, per l’aroma inconfondibile, il Gin non è solo l’altra faccia del principe dei cocktail, il *Martini*. È il protagonista di un’epoca che segna per sempre l’autentico glamour hollywoodiano. Accompagna icone come Sinatra, Dean Martin e Humphrey Bogart: “The Rat Pack” come li chiamava Lauren Bacall (a pag. 14). Scalda la *Dolce Vita* di Las Vegas, ma anche quella di Fellini. Sottolinea in maniera indelebile un certo *way of life*, il fascino intramontabile di un particolare modo di essere. Che prepotente ritorna sulla scena, influenzando la mixology migliore. Gin Tonic, Gin Fizz, Gin sour, Gin sky. E le infinite variabili di un *fondamentale* dei cocktail.

Ma ce n’è un’altra di notizia. Quella che proprio dall’Italia arrivano la radice di iris e le bacche di ginepro (quelle che danno al distillato il tipico profumo e l’inconfondibile sapore), alcuni dei *botanical* selezionati in alcune parti del mondo per la loro purezza e qualità di uno dei marchi di Gin più celebri e diffusi al mondo. Radici e bacche le coltivano un’anziana coppia di Arezzo. Entrambi hanno più di settant’anni e nessun erede. E al momento, nessun giovane assistente a cui affidare il proprio sapere. Bisognerebbe darsi da fare. Coraggio, non vorremo mica perdere anche questo straordinario primato?



Distribuito da OnestiGroup S.p.A.

GOD SAVE *the* GIN



BEVI RESPONSABILMENTE

One & Only
www.thelondon1.com



UNITI E VINCENTI

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

Il 29 di aprile si conosceranno i nomi dei nuovi Fiduciari regionali eletti nelle sezioni di tutta Italia. Dopo, bisognerà aspettare il 3 giugno per conoscere l'esito della votazione dei candidati al Consiglio Nazionale tra i quali verranno selezionati il Presidente Nazionale di AIBES e i componenti del Consiglio che rimarrà in carica per il prossimo triennio. Intanto ferve l'attività associativa, segnata in particolare dal successo riscontrato dai Circuiti del Cocktail. Va ricordato che ogni sezione deve sviluppare almeno cinque incontri per godere dei benefici per la partecipazione dei propri rappresentanti al prossimo Concorso Nazionale.

Desideriamo ringraziare ed esprimere il nostro apprezzamento ai Fiduciari e ai soci tutti che hanno accettato e reso interessante un progetto che si sviluppa su un percorso di 100 appuntamenti regionali nel corso dell'anno. Molti impegni comportano delle rinunce tanto che, seppur a malincuore, AIBES ha declinato per questo anno l'organizzazione del Training Center IBA. Ricordiamo che alla guida del progetto formativo IBA – EDC (Educational Development Committe) vi è il Past President Giorgio Fadda che sarà impegnato prossimamente a Seoul, in Corea, per una riunione dello stesso EDC, con all'ordine del giorno il progetto dei formatori professionali IBA e il prosieguo del programma di informazione sul bere responsabile supportato a livello internazionale dal gruppo Bacardi.

AIBES è stata presente alla 18ma edizione del Trofeo Internazionale del Calvados che si è svolto a Deauville in Normandia. La delegazione italiana, guidata dal Consigliere Nazionale Antonio Perrone, è tornata a casa con una brillante medaglia d'argento conquistata dal socio Fabio Bacchi e con i soddisfacenti risultati degli altri partecipanti. E' evidente che le brands competition (World Class Diageo, Havana Club Competition) abbiano un forte appeal sui bartender italiani ed è con orgoglio che vediamo molti soci AIBES partecipare e alcuni dei nostri professionisti più affermati essere componenti delle giurie di selezione. Il tour di AIBES Bartending Lab ha appena fatto tappa nelle Marche e il prossimo sarà in Calabria. A tutti coloro che si apprestano ad iniziare la stagione estiva facciamo i migliori auguri e a tutti voi i nostri più cordiali saluti.

Pietro Attolico

Presidente Aibes Promotion Srl

Andrea G. Pieri

Presidente A.I.B.E.S.



LUNELLI & BISOL

Nuovo importante investimento della famiglia Lunelli, proprietaria dello storico marchio trentino Ferrari, dopo il recente ingresso nella holding di Eataly. I Lunelli hanno acquisito il 50% di Bisol, cantina di Valdobbiadene leader nella produzione di Prosecco Superiore. «È un'operazione molto articolata», spiegano Matteo Lunelli e Gianluca Bisol. I vigneti rimangono in capo alla famiglia Bisol e l'azienda proseguirà nel segno della continuità. Gianluca Bisol mantiene infatti le cariche attuali di Presidente e Direttore Generale.

DAVID WONDRICH A ROMA

The Jerry Thomas Project organizzerà per i giorni 9 e 10 giugno un seminario con lo storico della mixologia David Wondrich. Il "Mixographer" per eccellenza, illustrerà la sua incredibile ricerca che ha ripercorso l'epopea del bere miscelato, le ricette ed i segreti decifrati e spiegati come mai prima d'ora. Wondrich è l'autore di bestseller come "Imbibe" e "Punch", libri che hanno

rivoluzionato la miscelazione moderna e diventati oggetto di culto nel mondo del bartending mondiale. Il seminario della durata di circa 16 ore complessive,

si terrà a Roma presso il Teatro Ambra e sarà in inglese con traduzione simultanea e cuffie per ogni partecipante. Sconti e agevolazioni per i soci AIBES. Per info e prenotazioni: wondrichseminar@yahoo.it.



GLEN GRANT 50 YEARS OLD

Il Gruppo Campari ha annunciato il lancio di GlenGrant 50 yo in 150 preziose bottiglie numerate. La prima presentazione è stata in Estremo Oriente partendo da Hong Kong e dal mese di giugno il prodotto sarà presente su altri mercati e nei maggiori duty free internazionali.

Il whisky è imbottigliato in preziosi decanter di cristallo soffiati a mano che riportano l'immagine del pot still e il numero 50 in caratteri di oro zecchino.



SAMBUCA IN UK

In UK è stato raggiunto un accordo legale per la risoluzione della controversia che vedeva contrapposti i produttori e i distributori di Antica Sambuca e i distributori e produttori di Opal Sambuca che fu lanciata nel 2011 in UK con ABV di 30°. Secondo i dispositivi di legge UE la Sambuca non può avere meno di 38° ABV. Le parti hanno concordato una risoluzione legale. Dan Bolton, amministratore delegato di Hi-Spirits, ha aggiunto: «Siamo soddisfatti del risultato, anche se ovviamente ci rammarichiamo per la necessità della citazione in giudizio. Abbiamo lavorato duramente negli ultimi dieci anni per posizionare il prodotto Sambuca come categoria nel mainstream del mercato degli alcolici del Regno Unito».

ASSODISTIL, SOS BRANDY

Il mancato rispetto delle regole imposte da Bruxelles da parte di alcuni Stati membri sull'invecchiamento dei Brandy sta provocando

danni enormi alle distillerie italiane. Dopo la lunga querelle contro la Francia, che ha visto riconosciute le istanze dei produttori italiani di Brandy e acquaviti di vino per il ripristino delle legalità, AssoDistil denuncia ora una pesante turbativa di mercato che, attualmente, è

facilitata anche dall'assenza di adeguati sistemi di controllo negli Stati membri diversi dall'Italia, principalmente in Spagna. In Italia vige uno dei sistemi di controllo più attenti. Al contrario, denuncia l'associazione degli industriali distillatori, "nonostante tutte le norme e gli organismi di controllo a livello comunitario, vi sono operatori di altri Stati membri che possono operare illegittimamente nella totale assenza di controlli efficaci e uniformi, immettendo sul mercato Brandy e acquaviti di vino invecchiate per un periodo inferiore a quello riportato nei documenti di accompagnamento".



TAPPO AL TOP

Quaranta mila euro per 250 grammi di oro e diamanti. Sono le cifre per il tappo più costoso al mondo. Quello realizzato da Labrenta, azienda di Vicenza in collaborazione con Peroni & Parise, orafi di lunga tradizione. È Gianni Tagliapietra contitolare di Labrenta, storica ditta di chiusure per bottiglie, il designer di questo singolare gioiello che incastona sulla superficie 569 piccoli diamanti taglio brillante. Il mercato di riferimento? L'extra lusso degli sceicchi degli Emirati, magari. Che in ossequio all'Islam potranno, però, utilizzarlo al massimo per spumanti alcol free.



EAST CLASS

Erik Lorincz e quel talento speciale per i drink

DI MELANIA GUIDA

In principio fu la nonna. Che la passione per le erbe, lei erborista per mestiere, gliela aveva trasmessa quando era poco più che un ragazzino. Erbe mediche, spezie odorose, raccolte d'inverno tra i boschi di Nitra, alle pendici del monte Zobor (cuore della Slovacchia), messe ad asciugare per diventare poi tinture

e oli per ogni sorta di tisane. Comincia così, con quella propensione alchemica, quell'attenzione precisa alla miscelazione che tramuterà in un talento davvero speciale, la storia di uno dei migliori mixologist del mondo.

La storia di Erik Lorincz, (World Class bartender 2010) uno dei più creativi e sti-



BARMAN
 A SINISTRA
 ERIK LORINCZ,
 WORLD CLASS
 BARTENDER
 2010
 NELLA FOTO
 QUI SOPRA
 CON ALTRI
 BARMAN
 DI SUCCESSO

mati barman della scena mondiale, *head bartender* dell'*American Bar* del *Savoy Hotel* di Londra. Erik ha mani sottili e lunghissime dita, parla lentamente scegliendo con cura ogni parola. Così naturalmente elegante nonostante un allure studiata-mente retro che quasi potrebbe fare il modello. «Durante gli anni del liceo – racconta ricordando gli esordi – in una rivista di annunci notai la foto di un barista, che diventerà poi un amico e un collega, in posa con bottiglie e shaker per la finale di un concorso di cocktail a Praga».

Quasi istantaneamente, Erik decide di partire. Raggiunge Praga e si iscrive al concorso. «Decidere di partecipare alla gara è stato per me una sorta di *serendipity*», significa che ho trovato quello che stavo cercando senza saperlo e solo per una singolare felice coincidenza». Il dopo è una dura gavetta nei bar di Praga «a im-

parare l'arte di mescolare le bevande fino a che l'inizio di un sogno diventa realtà».

All'orizzonte c'è Londra, la capitale europea della mixologist. E Soho, con il leggendario club di Attica. Nulla è facile e anche per il barman venuto dall'Est gli inizi sono da manuale. «Spazzavo il pavimento, raccoglievo bicchieri e pulivo posacenere». In più c'era lo scoglio della lingua. Non è facile per Erik imparare l'inglese ma l'ostinazione può superare anche il duro degli ostacoli. Finisce così per trovare un lavoro di bartending in un ristorante giapponese. È la folgorazione. Lorincz resta talmente affascinato dal *japan stile* che decide di trasferirsi per un po' nella patria del Sol Levante per incontrare e studiare con il celebre Kazuo Uyeda. «Mi aveva colpito quell'attenzione maniacale al dettaglio, la cultura del particolare. Guardavo i giapponesi dietro il



CINEMA
LORINCZ È
STATO
CONSULENTE
COCKTAIL PER
IL FILM
"SKYFALL"

bancone e mi sembrava che danzassero».

Già il dettaglio, quella ossessione per la precisione che è poi il tratto principale, la qualità che ha fatto di Lorincz l'erede di Ada Coleman, Harry Craddock e Peter Dorelli. Si capisce perché una volta ri-

tornato a Londra sia stato in grado di applicare le sue abilità prima al bar dell'hotel Sanderson, poi al The Connaught e dopo, nel 2010 all'American Bar del Savoy.

A soli 31 anni (Erik è del '79), una carriera folgorante. Non stupisce che sia stato ingaggiato dai

produttori di *Skyfall*, l'ultimo film di James Bond, per lavorare come *consulente cocktail*. «Ero dietro le quinte con lo scopo di indicare all'attore che impersonava il bartender quello che doveva fare, passo dopo passo». Sempre sul set, Lorincz è

stato poi incaricato di creare la propria versione del *Vesper Martini* per la *premiere* con l'insolita aggiunta di succo di yuzu, vino di prugna e l'aperitivo italiano Cocchi Americano. Agitato, non mescolato...

Una bella soddisfazione a conferma che quella del bartender è una professione che ancora oggi può diventare molto attraente. «A patto di dedicarsi con molta applicazione e ricerca – tiene a sottolineare – coltivando la capacità di non smettere mai di imparare e condividerlo con gli altri». Che è poi la ricetta del successo. Quello di uno dei migliori barman del mondo e che ha a che fare con «un lavoro durissimo nutrito di passione per quello che si fa. Capace ancora di emozionarmi».

Gli chiedo del bartending, qual è l'idea che lo guida? «Una filosofia, un modo di essere. Che è un po' come decidere di essere un gentiluomo. Bartending non significa solo fare un drink o una bevanda. È la capacità di offrire agli ospiti una serata, una notte da ricordare».

Melania Guida

*Passione,
attenzione
al dettaglio e
un'inappuntabile
stile gentleman:
gli ingredienti
del successo*

The alchemists never revealed
their most valuable secrets:
fire and time.

Citadelle turns them into gin.



www.citadellegin.com

Alcandre Schmitt
Citadelle Gin, Distilled with time

GIN POWER

Hollywood e il fascino di “THE RAT PACK”: ritorna quel certo modo di bere che ha segnato un’epoca

DI FABIO BACCHI



Gli hollywoodiani anni '50 e '60 sono stati decenni associati al glamour di uno stile di vita i cui testimonial avrebbero coniato e rappresentato il termine di Gentlemen Drinks. Le celebrità dell'epoca avevano nomi che sarebbero diventate delle icone della loro epoca. Frank Sinatra, Peter Lawford, Joey Bishop, Dean Martin, Sammy Davis jr., con l'intrusione di Humphrey Bogart, costituirono un pool di star dello show system che sarebbe passato alla storia con il nome di “The Rat Pack”, letteralmente, “branco di ratti”.

Il termine *Rat Pack* fu loro attribuito da Lauren Bacall, attrice celebre e moglie di Bogart, che una sera, vedendoli rientrare completamente brilli e su di giri, sorreggendosi a vicenda, li apostrofò significativamente definendoli con quel termine. Frank Sinatra, Dean Martin, Sammy Davis jr.&Co. erano i protagonisti, “the gang” che ha immortalato uno stile “great time”, uno stile di vita da jet-set che per certi versi fu una moda invidiata e, quando possibile, emulata, che attirò l'attenzione di critici e opinionisti dell'epoca. Politici, artisti e letterati volevano vivere l'ebbrezza di uno stile di vita in cui il divertimento era sì, lussuoso, ma anche



STORIA
FRANK SINATRA,
PETER
LAWFORD,
JOEY BISHOP,
DEAN MARTIN,
SAMMY DAVIS
JR., CON
L'INTRUSIONE
DI HUMPREY
BOGART,
COSTITUIRONO
UN POOL DI
STAR NOTO CON
IL NOME DI
"THE RAT PACK"

spensierato, allegro e burlone.

Era la *Dolce Vita* di Las Vegas e di Hollywood e chiunque avrebbe voluto accompagnarsi a loro o averli come ospiti. Dopo tutto, questi uomini sono ancora considerati dei simboli di quel tempo.

Nel 1950 Tanqueray Gin divenne lo *spirit* preferito dal "Rat Pack" essendo il Martini uno dei loro favourite bar-calls. Servito freddo e secco, Tanqueray Gin era miscelato con Vermouth e servito con olive. Nel 1962 il brand vendette 25.674 casse negli Stati Uniti: l'anno successivo divennero 47.000. Tutto questo senza avere speso un solo penny in pubblicità. Tale e tanta era la spinta pubblicitaria degli involontari testimonial del Rat Pack. Di quell'epoca restano immortali pellicole, le struggenti note di *My Way* di Frank Sinatra e Tanqueray Gin che è arrivato sino ai giorni nostri, con nuove formule e nuove vesti.

Quattordici anni fa, circa, Tanqueray

presentò Tanqueray No. Ten Gin, il prodotto che avrebbe dato il via a una vera e propria rivoluzione del mercato del Gin. Tanqueray 10 è stato il prodotto che ha liberato la creatività degli interpreti del Gin, un *outstanding product*, con uno stile nuovo e unico. Da allora il Gin ha iniziato un cammino ancora oggi in fase ascendente insidiando la ribalta della vodka che aveva fatto della diversità di origine, del packaging e del glamour i suoi punti di forza.

L'evoluzione del Gin si è concretizzata in una miscelazione da fine drinking, sofisticata ed elegante, complessa e, per certi versi, rivoluzionaria. Small Batch, London City Distillery, Gin Bar, sono termini arrivati sulla scia di un fascino nuovo, ritrovato e rivisitato dal caro vecchio Bad Boy. Anche per i puristi *martiniani* Tanqueray Ten è diventato altrettanto riconoscibile come un tradizionale London Dry Gin.

DISTINCTIVE SINCE 1951



DISTINCTIVE SINCE 1830



Tanqueray Ten è considerato da molti come un gin sofisticato ma versatile, ideale per un classico martini fifty-fifty e ingrediente chiave nei cocktail bar di tutto il mondo. Nei bar dove oggi si contano collection di decine e decine di Gin, il primo a iniziare la serie fu Tanqueray Ten.

Tanqueray ha deciso di cambiare abito rivisitando la sua bottiglia lasciando inalterato il contenuto. Tanqueray Ten abbandona la bottiglia alta e magra per una più bassa, leggermente larga e più simile alla classica bottiglia del Tanqueray. Il fondo incavo della bottiglia ricorda uno spremiagrumi, probabilmente non a caso, dato che la ricetta di Tanqueray 10 comprende l'uso di agrumi freschi. Tanqueray 10 si presenta in Europa con la nuova veste. È presente sul mercato con diverse refe-

renze, ognuna delle quali con una unicità altamente caratterizzante. Abbiamo perciò deciso di approfondire e confrontare le differenze tra i Tanqueray.

Tanqueray London Dry Gin (47,3%). Nel panorama dei London Dry è tra coloro che sono caratterizzati da una spiccata presenza di ginepro. Sicuramente, questa particolarità si basa sulla forza del ginepro che nel blend di botanical incontra solo altri tre compagni che sono coriandolo, liquirizia e radice di angelica. Un botanical di 4 elementi può non sembrare molto, in controtendenza rispetto ai Gin di ultima generazione, ma questa è la dimostrazione di quando pochi ma selezionati elementi, diretti con maestria possono sviluppare un grande concerto, una sinfonia di note e sapori. L'utilizzo del ginepro in modo



caratterizzante è una delle peculiarità dei London Dry Gin, che riescono a essere complessi e interessanti proprio grazie al ginepro. Nel caso di Tanqueray il ginepro si distende generando profumi freschi ed agrumati, quasi floreali. La profondità del ginepro viene addolcita da un medley di note speziate dovute al coriandolo, alla liquirizia e all'angelica. Con così pochi botanical qualsiasi stortura risulterebbe subito evidente e quella che potrebbe sembrare aggressività è invece un gusto pieno e ricco che si mantiene sugli assoli ben miscelati dei quattro protagonisti. Questo gusto si esalta con la gradazione alcolica ricercata e voluta, in un finale lungo e asciutto che rende il Tanqueray uno dei migliori London Dry per il G&T. Difficile pensare che tale equilibrio possa venire cambiato in futuro.

Tanqueray No. Ten Gin (47,3%) fece la sua comparsa nel 2000. Tanqueray 10 si presentò come l'ambasciatore di un



nuovo stile di Gin. Ciò era dovuto al fatto che il ginepro veniva ridimensionato per mettere in evidenza altri botanical che dessero una nuova prospettiva alla mixability del prodotto. Questa considerazione, fondamentale del progetto, verteva sulla considerazione che dei Gin molto improntati sul ginepro erano poco percepiti dalle nuove generazioni di consumatori.

Tanqueray 10 Gin prende il nome da un piccolo alambicco, il numero 10, affettuosamente chiamato "Little Ten" o "Tiny Ten". Tanqueray 10 ha i quattro botanical di base di Tanqueray London Dry, coriandolo, ginepro, liquirizia e angelica, ai quali si aggiungono 3 agrumi pompelmo bianco, lime e arancia freschi, e fiori di camomilla per un totale di 8 ingredienti. A differenza di molti altri Gin, Tanqueray 10 utilizza agrumi freschi interi piuttosto che bucce di agrumi essiccate. La frutta fresca di Tanqueray 10 si riflette istantaneamente al naso, attenuando la forza del ginepro.

RESTYLING
 LA NUOVA
 BOTTIGLIA DEL
 FAMOSO GIN
 CON IL DESIGN
 MODERNO E
 RAFFINATO.
 A SINISTRA
 ERIK LORINCZ.
 NELLA PAGINA
 ACCANTO UNA
 PUBBLICITÀ
 CON TONY
 BENNETT COME
 TESTIMONIAL E
 LE PRECEDENTI
 BOTTIGLIE

TEN COLLINS di Antonio Parlapiano - Jerry Thomas Speakeasy - Roma

- 45 ml Tanqueray Ten
- 20 ml lime
- 10 ml pompelmo rosa
- 20 ml sciroppo di camomilla
- 2 dash bergamotto bitter
- Top soda

PROCEDIMENTO Shake. Collins glass. Guarnire con fiori di camomilla, lime menta

GREEN PARK di Erik Lorincz - Savoy Hotel - Londra

- 45 ml Tanqueray Ten
- 3 drops celery bitter
- 30 ml succo di limone
- 15 ml sciroppo di zucchero
- Dash di bianco uovo
- Basilico fresco

PROCEDIMENTO Shake & double strain. Bicchiere: doppia coppa. Guarnire con foglia di basilico

THE OLD SPORT di Thodoris Pirillos A For Athens - Atene

- 55 ml Tanqueray Ten fatwashed* con olio di oliva
- 5 ml Johnnie Walker Gold
- 30 ml storico vermouth di torino
- 1 dash bergamotto bitters

PROCEDIMENTO Stirred. Bicchiere: tea cup rinsed con Lagavulin. Guarnire con arancia disidratata.

*Preparazione del Fatwashed: 60 ml di olio d'oliva di buona qualità in 660 ml di Tanqueray Ten. Lasciate riposare per 8 ore, agitando di tanto in tanto. Poi congelare per il resto della giornata. Togliere l'olio d'oliva solido e passare la miscela attraverso il filtro del caffè

THE HOLY GIMLET di Luca Teddi Baioni - Sidney

- 50 ml Tanqueray Ten
- 25 ml pompelmo e lime sherbet*
- 5 ml Bitter Campari.

PROCEDIMENTO Stirred. Bicchiere: coppa. Guarnire con lime zest e side latte di mandorle, chipsters, olive verdi e oyster leaves

*Lo sherbet è ottenuto con una macerazione di scorze di pompelmo e lime in zucchero di barbabietola per almeno un'ora, quindi diluito con succo di lime e filtrato. Lasciare riposare per qualche ora



Le note speziate di liquirizia, angelica e coriandolo arrivano subito dopo e sono ammorbidite dal floreale della camomilla. Rispetto al Tanqueray classico, in questa equazione è l'angelica, tra i botanical tradizionali, che sembra spiccare. Infatti l'angelica è molto pronunciata all'ingresso, con la conseguenza di una nota speziata e piccante maggiore di Tanqueray 10 rispetto al London Dry. Nella speziatura si sente l'influenza dei fiori di camomilla, con una spezia floreale leggermente amaro. Tutto ciò si esprime in un finale lungo ma più speziato rispetto al London Dry. Forte aromaticità e spezie sono la caratteristica di Tanqueray 10 che si presta agevolmente a drink come l'Aviation o altri drink agrumati, molto apprezzato dalle nuove generazioni di consumatori di Martini.

Pur avendo molti tratti in comune Tanqueray 10 e Tanqueray London Dry sono unici e diversi tra loro. Nel Tanqueray London Dry pochi botanical si confrontano con il ginepro e il risultato è un Gin complesso, caratterizzante e ricco. In Tanqueray 10 uno specchio più ampio di sapori che si presenta con un carattere in grado di soddisfare le esigenze di una miscelazione di ampio raggio di gusti. In conclusione: entrambi possono svolgere gli stessi compiti ma restano due prodotti ben distinti e di eccelsa qualità.

Fabio Bacchi



“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

SOTTOVUOTO

Inventata negli anni '60 è una tecnica che garantisce qualità, sicurezza e igiene

DI ANTONIO PARLAPIANO

Mutuato dalla cosiddetta *Modernist Cuisine*, c'è un nuovo approccio alle preparazioni del bar che può davvero migliorare la qualità dei nostri drink: è il *sous vide*, la cottura lenta e sottovuoto. Il *Sous Vide* in questi ultimi tempi viene spesso citato in masterclass, seminari e convegni a vario titolo ed è sempre più utilizzato nei migliori bar di tutto il mondo.

È bene ripercorrere la storia del “sottovuoto” per capire i vari come e perché viene oggi tanto utilizzato. La prima applicazione del sottovuoto risale agli inizi del 1960 quando la necessità di provvedere alle razioni per i propri astronauti spinse la NASA a sperimentare nuovi packaging per alleggerire al massimo il carico di pesi a bordo. Si scelse di impacchettare i cibi all'interno di buste di plastica estraendo completamente l'aria conte-



nuta all'interno. Nello stesso periodo in Svezia si sviluppò il metodo “Nacka”. Alcuni ospedali della città di Stoccolma pensarono di centralizzare la produzione dei pasti, destinati ai degenti, in un'unica sede operativa. Il cibo veniva cucinato regolarmente e solo in seguito sigillato all'interno di buste di plastica sottovuoto. Dopo la sigillatura il cibo veniva ulteriormente bollito per un tempo variabile dai tre ai dieci minuti e poi refrigerato fino al momento del servizio. Negli ospedali era sufficiente scaldare la vivanda prima di servirla.

Il sistema AGS fu presentato verso la fine degli anni 60 da una partnership di tre imprenditori americani in collaborazione con la Cryovac, un'azienda produttrice di materiali plastici e pellicole. Ambrose T. McGuckian, il capo progetto, iniziò a pensare all'opportunità di utilizzare il



**MODERNIST
COUSINE**
L'IMPIEGO DEL
SOTTOVUOTO
PER
CONSERVARE
LE MATERIE
PRIME
CONSENTE DI
PRESERVARNE
LA FRESCHEZZA

sistema del sottovuoto con ingredienti crudi da cucinare a basse temperature. Il risultato fu decisamente convincente in termini di qualità e funzionalità. Alla fine degli anni '70 la tecnica arriva in Inghilterra dove lo chef francese Albert Roux inizia una collaborazione con la Cryovac per promuovere il *Sous Vide*. In una cucina-laboratorio centrale venivano preparati migliaia di piatti confezionati in sottovuoto, mentre nelle diverse filiali questi venivano semplicemente riscaldati ed impiattati. Lo chef George Pralus utilizzò la tecnica per risolvere il problema della perdita di liquidi e grassi durante la cottura della terrina di Fois Gras. Con il *Sous Vide* tale perdita si ridusse dal 40% al 5%. Questo esperimento portò Pralus all'attenzione della Cryovac ed alla successiva collaborazione per lo sviluppo del sistema.

La tecnica impressionò il critico della Nouvelle Cuisine, Henri Gault, il quale la abbracciò totalmente e iniziò a diffonderla avvalendosi della collaborazione degli Chef Joel Robuchon e Bruno Grouseault. I due prepararono ricette fantastiche con gli ingredienti che venivano cotti a basse temperature, tra 54 e 68 gradi.

LA TECNICA

La grande popolarità del *Sous Vide* è dovuta alla impareggiabile possibilità di controllo sulle consistenze, aromi e sapori dei cibi durante la cottura. Gli ingredienti possono essere assemblati, sigillati all'interno delle apposite buste di plastica e stoccati in frigo molto prima della loro cottura e servizio. La tecnica permette anche di ottenere elevati livelli di igiene, sicurezza e conservazione dei prodotti, grazie all'assenza di ossigeno.



Anche la confezione ha di per sé i suoi vantaggi: isola il contenuto dalle contaminazioni di microorganismi e flavor provenienti da altri prodotti conservati nel frigorifero. I punti forti della tecnica sono: controllo; costante ripetitività del prodotto; qualità; sicurezza; igiene; conservazione ottimale; riduzione dei tempi di lavorazione e trasformazione (solo in alcuni casi); pastorizzazione; accelerazione del processo di maturazione delle materie prime; stagionature ed invecchiamenti controllati.

UTILIZZO DELLA TECNICA AL BAR

1. Plastic Bag: sono le buste in plastica dove saranno contenuti e sigillati gli ingredienti della preparazione; ne esistono di diverse tipologie che possono essere utilizzate con Vacuum Sealer, pompe di estrazione dell'aria o addirittura cannucce (nel caso più estremo di sottovuoto fai da te)
2. Vacuum Sealer: la cosiddetta "Macchina per il Sottovuoto"; sul mercato ve ne sono diversi tipi (ad impulso, orizzontali o a campana). I Sealer ad impulso ed orizzontali sono i più economici e si trovano a partire da € 50,00 fino a 300,00 / 400,00 ma

la forza della pompa di queste apparecchiature non è sempre sufficiente ad espellere tutta l'aria presente nelle buste e va spesso incontro a danneggiamento causato dall'usura. I Sealer a Campana sono decisamente più costosi, da € 800,00 a 2000,00 e oltre, ma garantiscono la massima efficienza del processo e possono essere utilizzati anche per altri scopi che in genere vengono considerati errori di applicazione.

3. Waterbath: macchina per il bagnomaria a temperatura e tempi di cottura controllati, altro apparecchio molto costoso per l'economia del bar, dagli € 800,00 in su. Questa apparecchiatura permette di ottenere precise temperature su tutte le aree di superficie della materia prima. Ne esistono di diverse tipologie, tra le più convenienti sono annoverate quelle prodotte dalla Polyscience (produttrice delle popolari Smoking Gun). Il sistema può essere riprodotto utilizzando una piastra ad induzione, una pentola classica ed un termometro. La piastra ad induzione garantisce un buon controllo della temperatura di calore ma non la uniforme diffusione del calore su tutte le aree di superficie della preparazione, per cui l'utilizzo di un termometro elettronico può essere di aiuto.

ALCUNE APPLICAZIONI DEL SOUS VIDE

Una delle preparazioni che può trarre benefici in toto dal *Sous Vide* è l'Oleo Saccharum. Nella preparazione di un punch, l'Oleo Saccharum richiede tempo ed energie tali da non poter essere preparato *à la minute*. Preparare l'Oleo Saccharum in *Sous Vide* elimina completamente il problema della preparazione e dello

stoccaggio di questo ingrediente dando la possibilità di assemblare il Punch al momento del servizio come se fosse un qualsiasi altro drink migliorando il servizio, la qualità del prodotto e riducendo gli sforzi necessari per la preparazione del drink.

Preparazione dell'Oleo Saccharum Sous Vide:

- le scorze di 4 limoni
- 200 gr zucchero Panela
- 200 gr zucchero bianco di palma
- 200 ml Tè bianco o verde

Assemblare gli ingredienti all'interno di una busta per il sottovuoto. Sigillare la busta utilizzando un Vacuum Sealer, lasciare una piccola apertura per inserire una cannucchia dalla quale aspirare quanta più aria possibile (dopo l'operazione sigillare il foro utilizzato per la cannucchia). Quest'ultimo metodo è valido soprattutto per esperimenti, la conservazione della preparazione è decisamente ridotta e perciò il prodotto va usato in giornata. Immergere la preparazione all'interno di un Water Bath, settare la temperatura tra i 40/60 gradi e regolare il tempo di cottura tra 2/4 ore. Il Water Bath può essere sostituito con una piastra a induzione e una pentola, come visto, meglio se con l'ausilio del termometro. Dopo il confezionamento la preparazione può essere mantenuta in frigo fino al momento del servizio che può avvenire parecchi giorni dopo (salvo nel caso dell'auto aspirazione dell'aria).

Un'altra applicazione interessante è quella relativa a sciroppi di frutta o vegetali, come quelli in cui è fondamentale conservare le sostanze odorose più volatili e elementi come l'acidità. Utilizzando gli stessi parametri dell'Oleo Saccharum



SOUS VIDE
SOPRA, IL
DISPOSITIVO
PER
CONTROLLARE
IL SOTTOVUOTO
NELLA PAGINA
ACCANTO, LA
MACCHINA PER
LA COTTURA

Sous Vide, possiamo preparare sciroppi di ananas, lamponi, passion fruit, lime Cordial, ecc. che come sappiamo perdono rapidamente acidità e componenti gustolfattive. La tecnica permette altresì una più efficace estrazione di flavor da solidi immersi in liquidi di varia natura. Questa può avvenire in pochi minuti in un bagnomaria o in diverse ore a freddo. Laddove la temperatura di infusione è minore, minore sarà anche il rischio di danneggiamento dei flavor. C'è da dire, però, che lunghe estrazioni a freddo possono far emergere problemi di sicurezza del prodotto finale, dovuti soprattutto a proliferazioni di microrganismi. Questo rischio è anche maggiore nel caso di solidi essiccati come tè, caffè, fiori, erbe e spezie. Non si consiglia, in ogni caso, di superare le quattro ore per tali infusioni.

Nel caso in cui, invece, si utilizzassero liquidi con buona acidità (con PH minore di 4.6) o ad elevato contenuto zuccherino (uguale o maggiore al 72% - 72 gradi Brix) oppure con contenuto salino o alcolico del 20% in volume di peso, l'infusione può durare più a lungo perché non vi è il pericolo di proliferazione di batteri ed altri organismi.

Antonio Parlapiano

BENVENUTI AL SUB ASTOR

A Vila Madalena, un insolito brazilian Speakeasy con cucina. E burger irresistibili

DI JOAO RUBINATO



A breve il Brasile sarà la vetrina dello sport più popolare del mondo e sull'evento saranno puntati gli occhi di miliardi di persone. Le città ospitanti gli incontri della World Football Cup stanno rifinando gli ultimi dettagli del make up per presentarsi al mondo al meglio delle loro possibilità in tutti i sensi. Nei bar e nei ristoranti ci sarà una movida travolgente e la tradizione enogastronomica brasiliana sarà ambasciatore perfetto di un paese dai mille contrasti e con una gioia di vivere unica al mondo.

La vita notturna di Sao Paolo è particolarmente ricca e movimentata nei quartieri di Vila Madalena, Vila Olimpia, Itaim, Moema, Jardins, Consolacao e Baixo Augusta, Vila Mariana. Un indirizzo da ricordare è si-

curamente il Sub Astor Speakeasy, il primo cocktail bar di San Paolo a imporsi come elemento di cambiamento sulla scena della mixability locale e hotspot del momento.

Per raggiungere il top a volte bisogna scendere. Questa è l'impressione che si prova quando si visita per la prima volta il Sub Astor Speakeasy di Sao Paolo. Infatti bisogna scendere per una rampa di scale che costituisce il vero accesso al bar che è collocato nel seminterrato dell'Astor (al 163 di Rua Delfina in Vila Marilena) un Brazilian Bistro Style, un boteco, del quale il Sub Astor è la diretta evoluzione da cinque anni a questa parte. Vi si accede da un ingresso molto stretto, tanto da lasciare passare una persona per volta, nascosto da una tenda di velluto. Non vi è nessuna



insegna, basta recarsi all'Astor e chiedere di bere un drink al Sub.

Situato nel quartiere bohemien di Vila Madalena, l'Astor, già riconosciuto come uno dei posti più cool della città, sta vivendo una seconda giovinezza proprio grazie agli spazi vivaci e raffinati, dai toni caldi e rilassanti, riempiti da un mix di musica lounge, jazz e rock. Un lungo bar domina sul floor arredato con salotti accoglienti e comodissimi che ospitano una clientela attenta e benestante. L'arredo è jazzy, colori rosso e nero per un totale di 70 posti circa tra bar, salotti e standing. Il perimetro del bar e' circondato da bottiglie trasparenti senza etichetta.

Il Sub Astor fa parte di un gruppo aziendale, il CIA che conta diverse location tra

*La vita notturna di Sao Paolo
è particolarmente
intensa e movimentata.
Il Sub Astor Speakeasy
è l'indirizzo giusto nel cuore
bohémien di Villa Madalena,
uno dei quartieri più trendy*

Rio e San Paolo, ed è guidato da imprenditori appassionati del settore che non mancano di girare il mondo sempre alla ricerca di nuovi trend da poter esportare e conciliare con la realtà brasiliana. Non solo nuovi trend, anche mixologist illuminati. È



**SUB ASTOR
SPEAKEASY**

QUI SOPRA
IL "REGISTA
DELLA
MISCELAZIONE"
FABIO LA
PIETRA
A DESTRA,
ALCUNI INTERNI
DEL LOCALE

così che Fabio La Pietra, fratello di Mario, da Foggia è arrivato a Sao Paolo. A soli 24 anni Fabio è il regista della miscelazione del Sub Astor. Istituto Alberghiero, le prime esperienze locali, posti di rilievo come il Villa Serbelloni di Bellagio e il Carlton Baglioni di Milano, e poi il salto verso Londra dove approda al Montgomery Place allora guidato da Agostino Perrone.

Nel 2011, con l'aiuto di Erik Lorincz, si recò in Brasile per un'ospitata professionale proprio all'Astor che si rivelò una vera e propria prova che avrebbe segnato un nuovo inizio. Letteralmente fulminato dalla scena brasiliana, Fabio decise che in quella terra avrebbe intrapreso una nuova avventura. In un anno di lavoro Fabio ha cambiato tutta l'offerta del bar, prima improntata su vodka fruity drinks e classici, creando un'offerta di drink con un'identità nuova, sulla scia degli standard dei cocktail bar internazionali ma con escursioni nello

stile del boteco brasiliano e l'utilizzo di ingredienti naturali amazzonici in sostituzione di ingredienti europei di difficile reperibilità. Dopo un anno: best cocktail menu, best bar, bartender of the year 2013 secondo le riviste di settore brasiliane. Sino a cinque anni fa la Caipirina era considerato un drink già molto complesso in Brasile ma la crescente galoppata dell'economia ha aperto nuove prospettive e fatto intravedere nuovi stili di vita e consumo.

È così che l'offerta ha intercettato la domanda di un mercato esigente e attento a nuove tendenze. Whisky raffinati, Gin di nuova generazione e Gin Tonic mania, classic vintage drink come lo Stone Sour di Tom Bullock e i top player della miscelazione italiana, Americano e Negroni, sono alcuni dei drink più richiesti, insieme ai classici brasiliani rivisitati in chiave fancy e valorizzati con l'esaltazione di ingredienti locali. In Brasile la frutta non manca, l'acai infuso in

BARBOSA FIZZA

- 30 ml Cachaca chiara stile Paraty (Rio de Janeiro)
- 30 ml Teequila Reposado
- 20 ml Aperol,
- 15 ml succo di lime
- 15 ml succo di pompelmo rosa
- 10 ml di sciroppo di granatina e ibisco,
- Completare con Chantilly di birra (lager).

PROCEDIMENTO Mescere tutti gli ingredienti in un mezzo boston, tranne la foam, e miscelare con tecnica trhowing per ossigenarlo evitando troppa diluizione.

Quindi mescere in un tumbler alto precedentemente raffreddato con cubi di ghiaccio e completare con la Chantilly di birra*.

Guarnire con un twist di lime, fettina di limone e una dust di paprika affumicata.

*Chantilly di birra: 500 ml (capienza media di un sifone ISI per foam) di lager, una lieve grattugiata di buccia di pompelmo. A parte mescolare 30ml di latte intero e 2 foglie di colla di pesce (incolore) precedentemente ammorbidite in un recipiente con acqua e ghiaccio. Amalgamare il tutto e riempire il sifone per foam, caricare il gas nitrogeno e lasciare riposare in freezer per circa 30-45 minuti. Aggiungere 2 cariche di nitrogeno, con una pausa de 5 minuti tra la prima e la seconda.



* Sullo sfondo della foto della ricetta un ritratto di Adoniran Barbosa, padrino del samba paulista e grande artista sin dal 1940. Figlio di immigrati italiani da Venezia nei primi del 900.

alcol offre grandi risultati, dalla manioca si ricava il tucupi e con le alghe si ottengono ottimi prodotti come il Yemanja Cordial.

Abbiamo chiesto a Fabio le sue preferenze di Cachaça da suggerire ai lettori di Bartales. «Sicuramente la linea Santo Grau: un brand classico e vero basato sulla tradizione del distillato». Santo Grau possiede sul portfolio 3 Cachaça: SG Itirapuà, dal nome di una città nell'interland di Sao Paulo dove distillano con il medesimo stile dal 1860; SG Paraty, un altro stile di Cachaça più inteso e profumato, prodotto in una distilleria in funzione dal 1803 e situata sulla costa sud di Rio de Janeiro; SG Colonel Xavier Chavez, di Minas Gerais, lo stato del Brasile con la maggior presenza di Cachaça. La Colonel Xavier Chavez è la distilleria più antica della Santo Grau, risale al secolo XVIII. Il prodotto risulta secco, profumato e versatile: un balance che solo i master distiller mineiros sanno conferire alla Cachaça.

Il Sub Astor è quasi sempre esaurito e per prenotare qualcuno dei suoi 70 posti è consigliabile, anzi doveroso, prenotare. Senza entrare in competizione con il piano superiore al Sub Astor anche la cucina assume un ruolo importante basata com'è su finger food e appetizer caldi e freddi preparati davanti ai clienti dallo chef Thiago che lavora di fianco ai bartender. Tra le specialità vi sono il Carpaccio rollè di filet mignon con Kalamata, formaggio Grana e olio al tartufo, canapé classici con prodotti di prima scelta e spesso di origine italiana, e senza dimenticare la grande influenza americana in Brasile dove prevalgono molti burger preparati a punta di coltello.

L'Astor Burger è considerato uno dei migliori di Sao Paulo. Dalla stessa cucina vengono anche altri hot finger, "petisco" in portoghese, classici brasiliani come il

noto "pastel", una pasta stile gnocco fritto ma molto più sottile e leggera che viene pre-farcita (gamberi, carne, formaggio fuso). La prossima cocktail list del Sub Astor sarà pronta in occasione dell'inizio della FIFA World Cup. Da non perdere per chi sarà da queste parti.

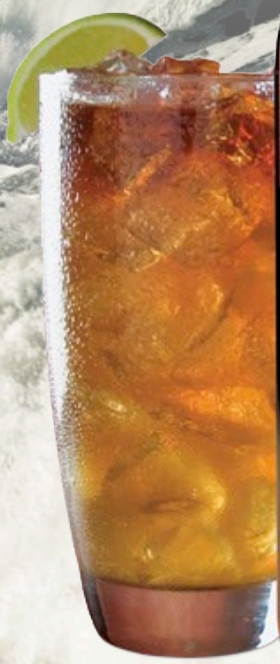
Joao Rubinato

Gosling's Rums

BERMUDA SINCE 1806

IMPORTATO E DISTRIBUITO DA

PALLINI



Gosling's DARK 'n STORMY®

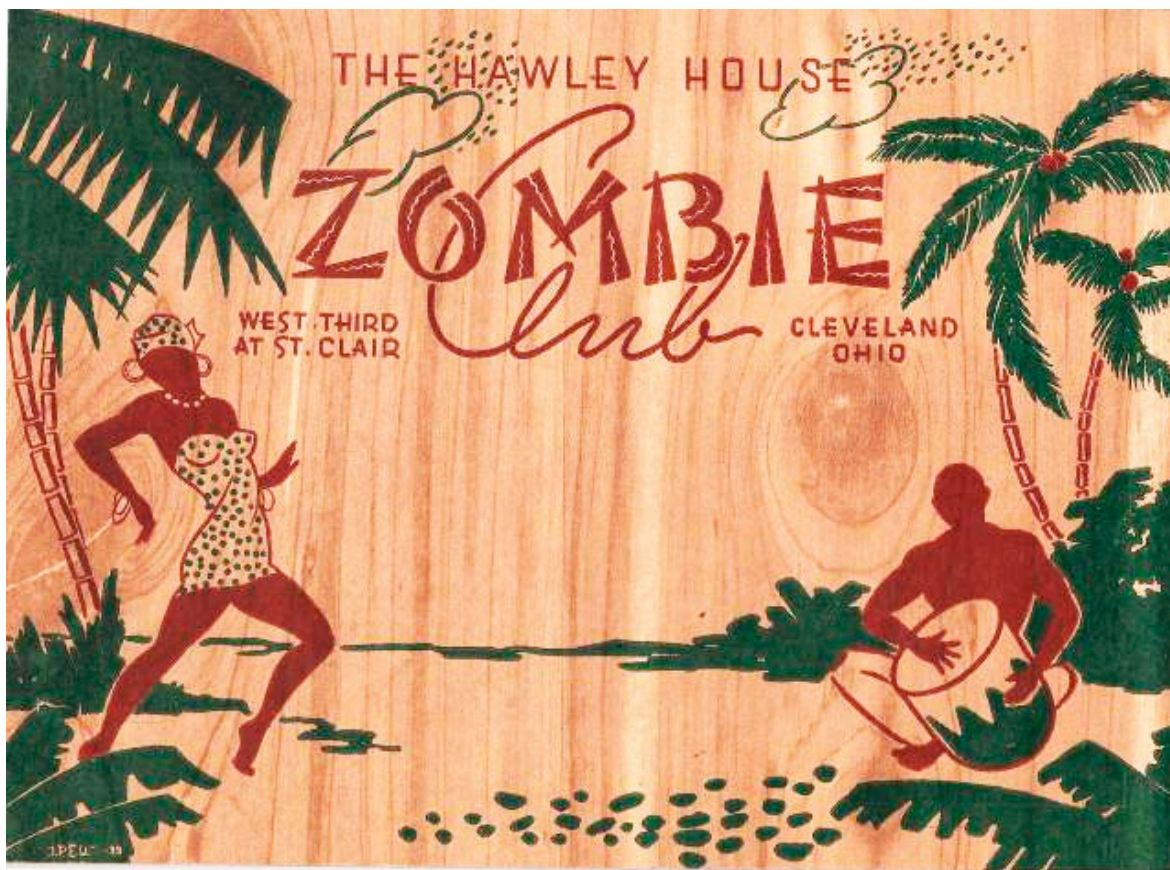


We Just Made It
Much Easier
To Make
Bermuda's
National Drink

ZOMBIE CULTURE

Non più di due per volta
e il successo del drink fu assicurato

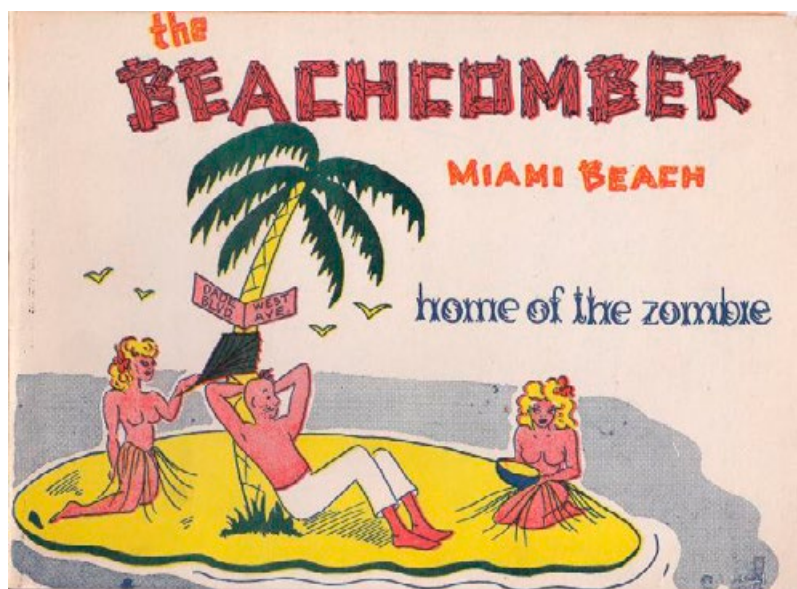
DI GIANNI ZOTTOLA



Per circa 20 anni e sino all'arrivo del Mai Tai, il drink più conosciuto di Don è stato il simbolo di tutta l'idea della miscelazione esotica. Un capolavoro di marketing e nella cui miscelazione sono impressi esattamente tutti i principali segreti di Don Beach circa

lo stile che lo accompagnerà per tutta la sua attività.

Sono molte le storie e le leggende che si narrano sulla creazione di questo drink e proprio Don ci racconta, nella sua biografia, che il primo Zombie fu servito al suo amico Jack nel 1934. Alla richiesta di



“a tall cool one”, prima di imbarcarsi su un volo per San Francisco, Don preparò questo drink da lui stesso definito “a real Man-Killer”. Il terzo drink fu fatale per Jack, tanto che lo portò a compiere atti per lui inconsueti. Successivamente Jack avrebbe chiesto a Don, cosa, quel giorno, lo avesse portato a litigare con il suo autista e a ritrovarsi inspiegabilmente seduto su una banchina a San Francisco con i piedi ammolto in acqua.

“Jack said he pinched himself but felt nothing. I said to him, You were like the walking dead.”

Nacque la leggenda dello Zombie e Don ci dice che da quella volta pose un limite al

servizio degli Zombie; massimo di due a persona. È facile capire come questa trovata, nel 1934, abbia portato lo Zombie ad una popolarità estrema, oggetto di scommesse, racconti e storie surreali. Questa potente miscela di Rum, narrata da personaggi di Hollywood, registi e

scrittori, attirava gli uomini più duri nel bar di McCadden Street, tutti pronti a sfidare se stessi, gli altri e Don in persona.

A colpi di cento dollari lo Zombie era diventato oggetto di scommesse per le quali Don ricordava sempre ai proprio clienti “The Beachcomber’s Rule number two. Never bet on another man’s game”. Ma in perfetto stile Don sappiamo ormai che l’enfatizzazione delle storie e dei suoi misteri non è mai lasciata al caso, come mai lo è lo sviluppo di ricette e delle particolari preparazioni che lo hanno reso un geniale barista, show-man e imprenditore. Probabilmente la ricetta dello Zombie è stata elaborata più volte, studiata e perfezionata in modo da rendere proprio la pesante presenza alcolica quasi impercettibile al palato, esattamente al contrario dei suoi effetti. Pare che per le prove dello Zombie siano state utilizzate tre casse e mezza di Rum per trovare la ricetta di quello che Don definì un “riparatore dei sogni infranti”. Non sappiamo se è un altro modo di alimentare il mistero ma sicuramente sappiamo che lo Zombie non è nato da un caso, come non lo è il risultato dei suoi effetti derivati dallo studio di un drink potente ma bilanciato a tal punto da essere molto facile da bere. Una morbidezza dovuta, spesso, anche ad un altro espediente di Don; l’utilizzo della glicerina.

La glicerina è una sostanza dolciastra e viscosa utilizzata nei più svariati ambiti: dalla cosmesi, alla medicina, alla cucina,

Il primo Zombie fu servito da Don Beachcomber all’amico Jack nel 1934. Un esperimento che mise Jack k.o.



come conservante o solvente e può essere utilizzata per la sofisticazione di qualsiasi liquido alcolico (birra, distillati, vini, ecc.). Capace, in questo caso, di ammorbidire il drink, è utilizzata in ambito sportivo e medico per favorire l'assorbimento dei liquidi e volumizzare, con effetto spugna, il liquido nel plasma. Dunque un effetto idratante che, se abbinato ad un liquido alcolico o appunto a un potente Zombie, ne favorisce l'assorbimento accelerando gli effetti nell'organismo. Ma ovviamente nessuno era mai stato a conoscenza di questo strano e discutibile espediente, tantomeno gli stessi baristi di Don che potevano solo interpretare l'originale ricetta miscelando bottiglie di cui non ne conoscevano il contenuto.

La leggenda e la storia dello Zombie invase tutti i bar a stile esotico e nei primi anni Quaranta già esistevano decine di ricette di Zombie, che siano state proposte con lo stesso nome o leggermente storpiato, erano tutte completamente diverse ma sempre impostate sul gioco del marketing inventato da Don. Un problema per la moglie di Don, Sunny Sund, che più fu impegnata a combattere legalmente coloro che vendevano prodotti premix col nome di Zombie insieme a tutti gli speculatori del nome dell'ex marito del cui marchio era ormai legittima proprietaria. Persino

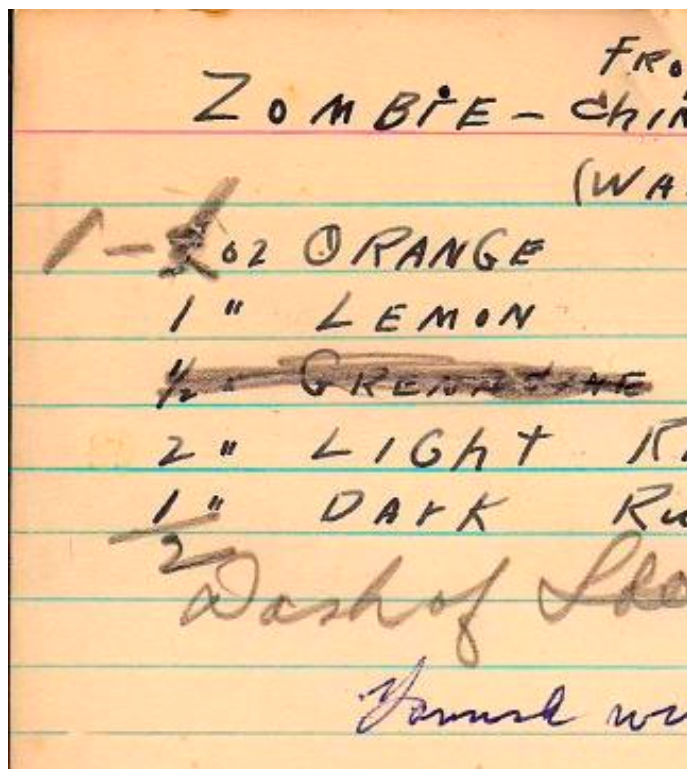
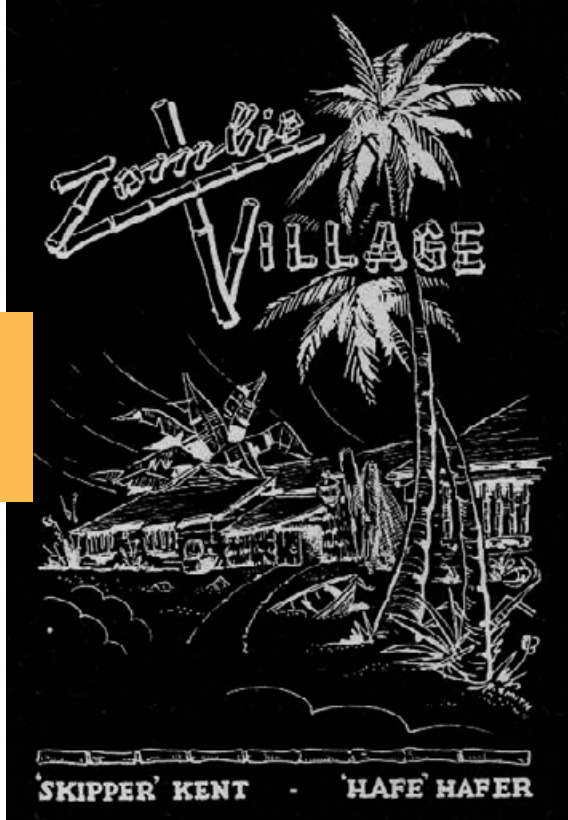


il grande rivale, Victor, che sempre ha disprezzato la potenza alcolica di questo drink, lo aveva in carta proprio con il nome di Zombie sia nei Trader Vic's che negli Outrigger. Si spinse ben oltre Monte Proser che già nel 1939 inaugurò a New York un locale chiamato "The Beachcomber" che puntava proprio sulla potente miscelazione dello Zombie come elemento pubblicitario e di attrazione. Monte Proser e la sua catena diventarono molto influenti in tutta la East Coast dove non aveva rivali al punto da arrivare ad avere locali sparsi un po' ovunque: Miami Beach, Florida, Boston, Massachusetts, Baltimore, Maryland, Providence e Rhode Island.

L'avventura tropicale e la promozione dello Zombie da parte di Monte Proser durò per ben cinque anni, fino al 1944, quando i suoi affari si spostarono su un

ZOMBIE CLUB

IN QUESTE PAGINE
ALCUNE IMMAGINI
DEL FENOMENO
A DESTRA UNA
RICETTA AUTOGRAFA

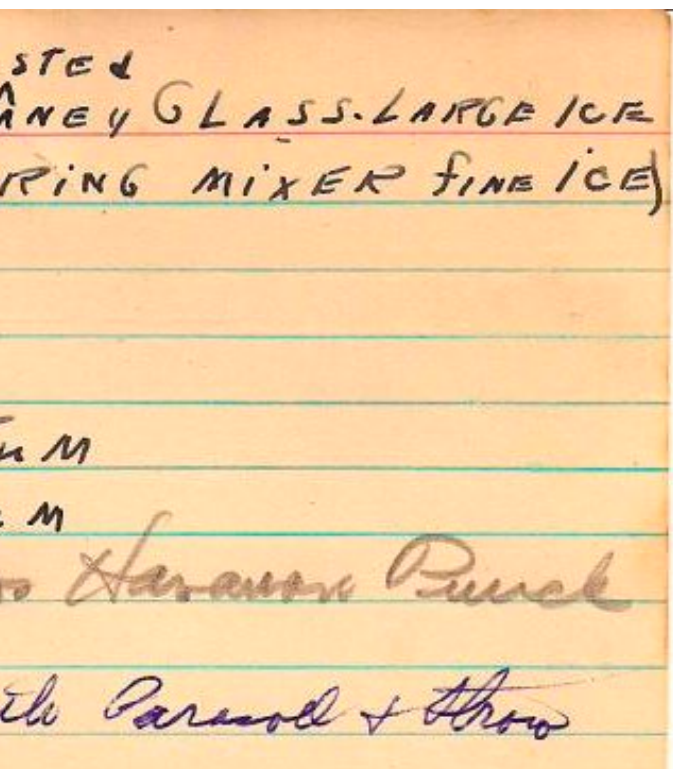


noto locale da uno stile completamente diverso, il Copacabana, conosciuto anche per essere in proprietà condivisa con Frank Costello. Nonostante oggi possiamo trovare codificate almeno una quarantina di ricette diverse di Zombie risalenti ai bar dell'epoca Tiki, per oltre venti anni Don non ha mai rivelato il suo segreto. Infatti fino agli anni '50 nessuna delle ricette trovate sembra avere una minima autorevolezza. Le prime fonti autorevoli ad essere portate alla luce sono quelle di Spievak che nel libro "Barbecue Chef" del 1950 riportava il vanto di avere ottenuto l'originale ricetta del drink di Don servita a Waikiki. Successivamente, nel 1956, la ricetta sulla rivista Cabaret Quarterly Magazine offrì altri interessanti spunti sullo Zombie in un articolo riguardante i resort tropicali.

Seppur diversa da quella di Spievak, la ricetta probabilmente più autorevole è conservata in un documento di Dick Moano, stretto collaboratore di Don, che data nel 1937 una ricetta di Zombie Punch classificata da lui stesso come "old", quindi probabilmente risalente al 1934. Questa ricetta scovata dal più grande studioso e

conoscitore dei cocktail Tiki, Beachbum Berry, è stata riproposta più volte da Dick Moano sia nelle successive prestazioni professionali, come nel locale AKU-AKU, che nel suo libro in collaborazione con Wally Turnbow del 1963, "Introducing Original Polynesian Tropical Bar Recipe". Ma come Don affermava: "I originated and have served this "thing" since 1934...Anyone that says otherwise is a liar!". Ed effettivamente così è, anche per la sua ultima moglie che insieme ad Arnold Bitner nel 2001 pubblicò il libro "Hawai'i, Tropical Rum Drink & Cuisine by Don The Beachcomber" dove viene riportata un'altra simile ma differente ricetta di Zombie con addirittura 5 tipi di Rum.

La passione e la leggenda dello Zombie continua fino ad oggi e nel libro di David J. Montgomery "Zombie Horde" sono state raccolte più di quaranta ricette a partire dagli anni '30 ad oggi. Ma lo Zombie non fu solo un fenomeno di miscelazione, la sua popolarità si è estesa ad un vero tormentone sociale come fosse una referenza modaiola di un concetto labile e forse astruso, ma sicuramente di successo. L'evoluzione stessa della seconda era Tiki



ha portato non solo alla nascita di nuovi locali tematici come ad esempio lo Zombie Village (Skipper Kent), lo Zombie Hut (Sacramento), Zombie Club (Cleveland) o uno Zombie Club a Cuba (Havana), ma anche all'evoluzione del drink da parte dello stesso Don che serviva nei suoi locali una versione arrangiata dell'originale più soft e probabilmente più adatta all'evoluzione incontrollata della miscelazione esotica. Infatti, lo Zombie del 1950 di Don (Luis Spiewak Zombie) è ammorbidito con sciroppo di passion fruit e succo di ananas.

Il "concetto" di Zombie iniziò ad essere espresso anche da molte raffigurazioni artistiche inserite nei locali anche attraverso le Tiki Mug, le Zombie Mug e le Headhunter, Shrunken Mug. Molto in voga dopo gli anni '50 e sempre presenti, queste mug, hanno combinato il ricordo di rituali polinesiani di cannibalismo ad una moda del tutto moderna, complice anche una successiva e parallela intensificazione del cinema cult horror, che vede il suo apice nella rappresentazione degli Zombie con il film di George Romero "Night Of The Living Dead". Questa ispirazione, per quanto non fosse per niente inerente

LE RICETTE

ZOMBIE (1934)

- 2 cl fresh lime juice
- 1,5 cl Don's mix
- 1,5 cl Falernum
- 4,5 cl gold Puerto Rican Rum
- 4,5 cl aged Jamaican Rum
- 3 cl 151-proof Lemon Hart Demerara Rum
- 1 dash Angostura bitters
- 2 dashes (1/8 tsp) Pernod
- 2 bar spoons grenadine
- 17,5 cl (3/4 cup) crushed ice



PROCEDIMENTO

Costruire il drink unendo tutti gli ingredienti e miscelarli con tecnica flash blend. Servire sempre in un bicchiere alto e stretto. Decorare con menta.

ZOMBIE (1950)

- 3 cl fresh lime juice
- 3 cl fresh lemon juice
- 3 cl unsweetened pineapple juice
- 3 cl passion fruit syrup
- 3 cl light Puerto Rican Rum
- 3 cl gold Puerto Rican Rum
- 3 cl 151-proof Lemon Hart Demerara Rum
- 2 bar spoons brown sugar syrup
- 1 dash Angostura bitters

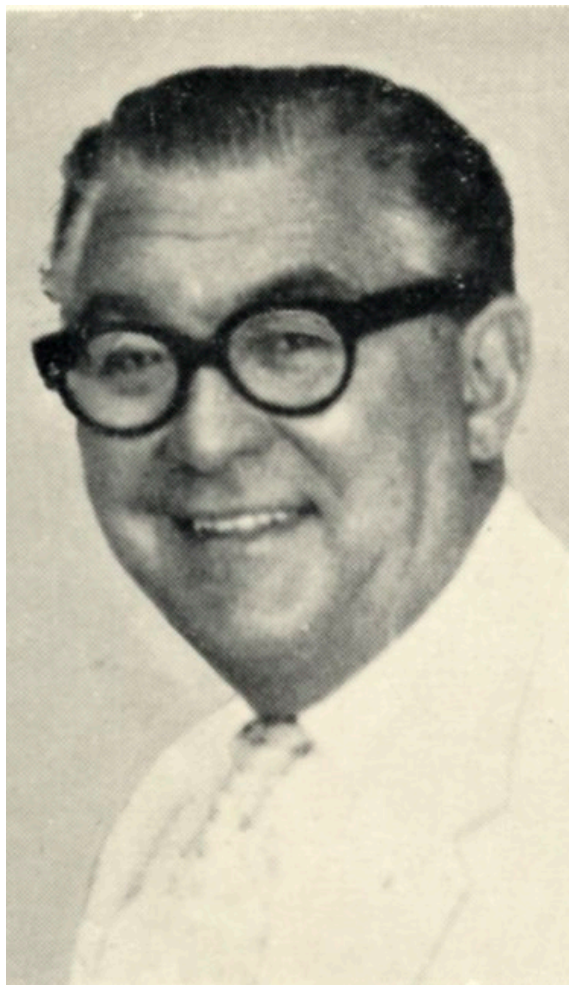


PROCEDIMENTO

Unire gli ingredienti in uno shaker e miscelare con una shakerata intensa in modo da diluire correttamente il drink. servire in un bicchiere alto e stretto. Decorazione menta.

alla miscelazione di Don ha sicuramente contribuito all'alimentare e mantenere in vita il ricordo di un drink che ha fatto e continua a fare storia.

Gianni Zottola



SOLDATO CLARKE

Il barman che scambiò lo skaker per un fucile

DI FABIO BACCHI

Il 1939, si sarebbe rivelato l'anno più funesto della storia contemporanea europea. Iniziava il più grande conflitto che l'umanità ricordi. Anche per il bartending europeo fu un anno che sarebbe stato ricordato dai posteri e trascritto

nelle pagine dei cocktail book di tutto il mondo.

Fu l'anno in cui Harry Craddock lasciò l'American Bar del Savoy Hotel di Londra per trasferirsi al Dorchester. Il suo posto fu preso da Eddie Clarke, "The King



THE KING COCKTAIL
 NELLA PAGINA
 ACCANTO EDDIE
 CLARKE E ALCUNE
 IMMAGINI DEL SAVOY
 HOTEL. A SINISTRA
 L'ESTERNO DEL SAVOY
 E LA COPERTINA DEL
 LIBRO DI CLARKE

Cocktail”, che era già inserito nel gruppo sin dal 1934 al Savoy Restaurant Bar e poi al The Berkeley Hotel che all’epoca faceva parte dello stesso team alberghiero.

Eddie aveva fatto esperienza sulle navi da crociera e nei Casinò. Nel gennaio 1939 si spostò dal The Berkeley per assumere la carica di head barman al Savoy. Ricoprire il ruolo precedentemente rivestito da Harry Craddock non era certamente compito facile e questa posizione creava tutte le aspettative per accrescere di molto la figura professionale di Eddie. Come tanti altri bar situati negli hotel più prestigiosi delle capitali europee anche l’American Bar del Savoy divenne un punto di incontro di faccendieri e diplomatici internazionali, agenti segreti e affaristi che discutevano, tessevano trame e accordi, si confrontavano sui cambiamenti ed avvenimenti che non facevano presagire nulla di buono sulla scena politica e sociale del continente.

Eddie era un prolifico creatore di ri-

cette e alcune di esse furono dedicate ai corpi militari inglesi. Tra questi ricordiamo l’Eight Bells per la Royal Navy, il New Contemptible per l’Esercito e il Wings per la Royal Air Force. Tuttavia Eddie non sarebbe rimasto a lungo al timone dell’American Bar del Savoy, dal 1939 al 1942, perché a questo preferì un altro comando. Infatti non seppe resistere al richiamo delle armi e si arruolò come ufficiale riservista in servizio attivo in un reparto di artiglieria di marina. Avrebbe scritto in seguito che non seppe resistere alla volontà di “scambiare uno shaker per un fucile”.

Eddie si distinse e sopravvisse alla guerra, ma al suo ritorno non fece rientro al Savoy e la posizione fu ricoperta dal suo collega ed amico Johnnie Johnson. Infatti Eddie preferì continuare la professione al Cocktail Bar del Royal Clarence Hotel in Exeter. Qualche anno dopo rientrò a Londra e condusse il bar del dell’Albany Club sino al Natale del 1953.



Nel gennaio del 1954 aprì il suo bar, The Albermarle Club, a Mayfair, nel cuore di Londra.

Eddie Clarke si dedicò anche alla scrittura di testi professionali e di lui rimangono due pietre miliari del bartending book: *“Practical Bar Management”* del 1954 e *“Shaking in the Sixties”* del 1963. Nel primo testo affrontava e argomentava in modo esaustivo le pratiche di conduzione di un bar e all’epoca era anche una delle persone più titolate ed autorevoli a farlo in quanto rivestiva la carica di Presidente della United Kingdom Bartenders Guild. Ma di particolare e anche divertente interesse è sicuramente *“Shaking in the Sixties”*. In particolare, *Shaking in the Sixties* è considerato una fonte autorevole e indicativa per capire il mutamento del

volume totale delle ricette che nel testo seguivano una rivisitazione al ribasso sulla stessa scia di quanto già espresso da Robert Vermeire nel suo testo.

Sempre nello stesso testo è delucidante la descrizione che Eddie fa della composizione del Wormwood Bitter spesso confuso con l’Absinthe Bitter, con l’Absinthe o qualche sostituto di entrambi. Eddie descrive la ricetta del suo Wormwood Bitter in questo modo: mettere qualche foglia di assenzio in un caraffa, colmare con del Gin, coprire e lasciare riposare in infusione per tre settimane prima di imbottigliare. Eddie Clarke attribuisce questa ricetta agli isolani delle Bermuda. Eddie non mancò di partecipare alle cocktail competition dell’epoca che costituivano una valida vetrina per mettersi in luce.

Probabilmente Clarke è l’unico bartender ad avere vinto due distinti concorsi di cocktail, in anni distanti, con la stessa ricetta. Il cocktail in questione è l’Eight Bells, quello dedicato alla Royal Navy, e la ricetta era composta da Jamaica Rum, liquore Van der Hum, Vermouth dry, succhi di arancia e limone, tutto shakerato e ultimato con una spolverata di noce moscata. Con Eight Bells vinse due volte, nel marzo 1947 e nel 1953, la British Rum Cocktail Competition. Anche questo aneddoto è riportato in *Shaking of the Sixties*.

Altra creazione di Eddie fu il Chinese Lady, uno dei miei drink preferiti, la semplice e geniale unione di Chartreuse Jaune e succo di pompelmo. Ma, probabilmente, il drink per il quale Eddie Clarke è più conosciuto è l’Orchid del quale trovate la ricetta allegata. Eddie Clarke è via da tempo, ma la sua memoria sarà sempre perpetuata dalla Savoy Legacy.

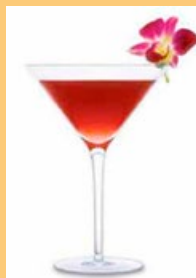
Fabio Bacchi

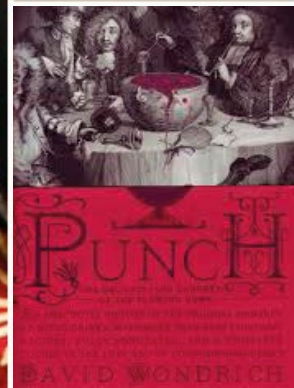
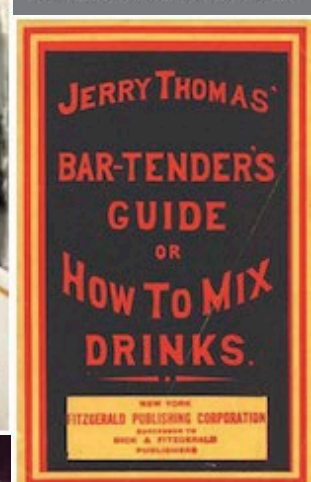
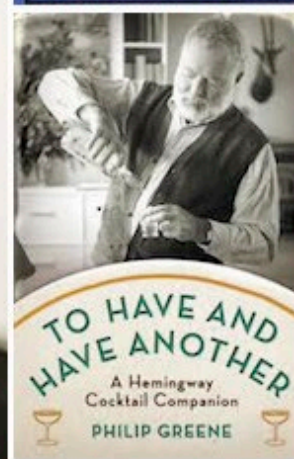
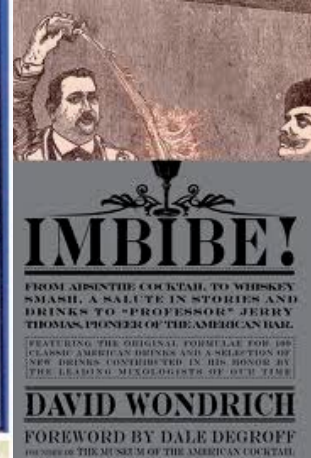
LA RICETTA

ORCHID

- 4cl dry Gin
- 2 cl Crème de noyaux
- 2 cl succo di limone
- 1 dash Crème de violette

PROCEDIMENTO Shaker. Cocktail glass.





DAVID WONDRICH in Italia

9 E 10 GIUGNO 2014

ROMA - TEATRO AMBRA

info: wondrichseminar@yahoo.it

Powered by Jerry Thomas Project Speakeasy

CARO VECCHIO TOM

Storia di ruvidi distillati, di gatti, misteriose leggende e spacci clandestini

DI LEONARDO LEUCI

L'Old Tom era una tipologia di Gin molto popolare e diffusa nel 18° e 19° secolo. Prima dell'avvento della distillazione continua e della rettificazione, i distillati erano prodotti molto più rudi, pungenti e ruvidi, soprattutto se comparati con lo standard moderno che si diffonderà con l'avvento del patent still.

I difetti presenti nel distillato, inizialmente venivano mascherati utilizzando una massiccia quantità di botanicals

fortemente connotati che aggiungendo forte aromaticità e dolcezza riuscivano a coprire i problemi del prodotto in maniera efficace. Spezie come l'anice e la liquirizia o un uso di abbondanti scorze di limone riuscivano egregiamente a nascondere al palato gli evidenti proble-

mi del Gin derivanti dall'utilizzo di un alcol poco raffinato. Successivamente, si iniziò ad utilizzare lo zucchero che divenne con il



passare degli anni il metodo più economico e diffuso per aggiustare i distillati che necessitavano di una correzione.

Uno degli aspetti più discussi da sempre è l'origine del nome "Old Tom". Questo è uno di quei misteri che difficilmente troveranno una spiegazione razionale che metterà tutti d'accordo.

Una delle storie più diffuse, che possiamo considerare una divertente leggenda a cui tutti vorremmo credere, parla di un gatto che cadde accidentalmente in un batch di una sconosciuta distilleria di

L'origine del nome "Old Tom" appartiene al mistero e al fiorire di leggende controverse

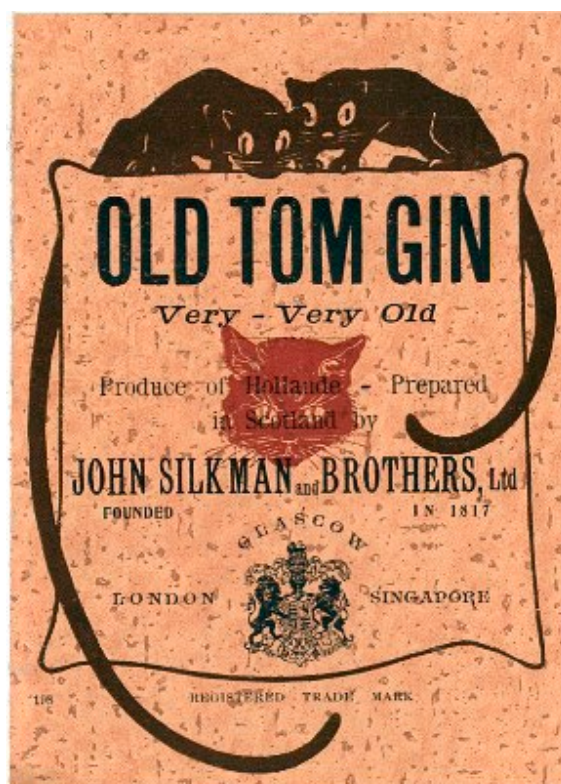
Gin. Questo accadimento, secondo il mito, avrebbe dato vita al nome del distillato, così chiamato, in ricordo del gatto che diventerà il simbolo che contraddistinguerà il prodotto a sarà presente su molte bottiglie di prodotto dell'epoca.

Questa storia alquanto inverosimile si fonde con quella più famosa che racconta le gesta del Capitano Dudley Bradstreet del quale si dice che avesse acquisito una proprietà a Londra insieme ad un importante stock di Gin. La leggenda racconta che con un'astuta mossa di marketing Bradstreet cominciò a vendere il suo Gin in una maniera alquanto bizzarra. Disegnò un gatto su una finestra della casa e fece girare la voce che dal Gatto si potesse comprare del ottimo Gin. La gente non doveva fare altro che presentarsi alla finestra inserire i soldi in una apposita fessura per essere riforniti, tramite un tubo, della dose di Gin richiesta.

Sembra che questa idea fu copiata e replicata per tutta Londra facendo sì che il termine "Old Tom" che si riferiva simpaticamente al gatto che rappresentava gli spacci clandestini di Gin, divenne il soprannome che indicava anche il Gin venduto e diffuso in questa maniera.

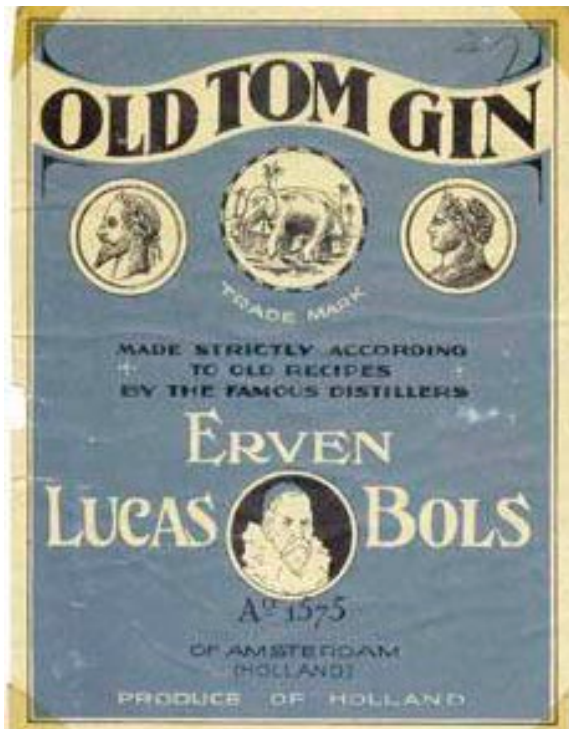
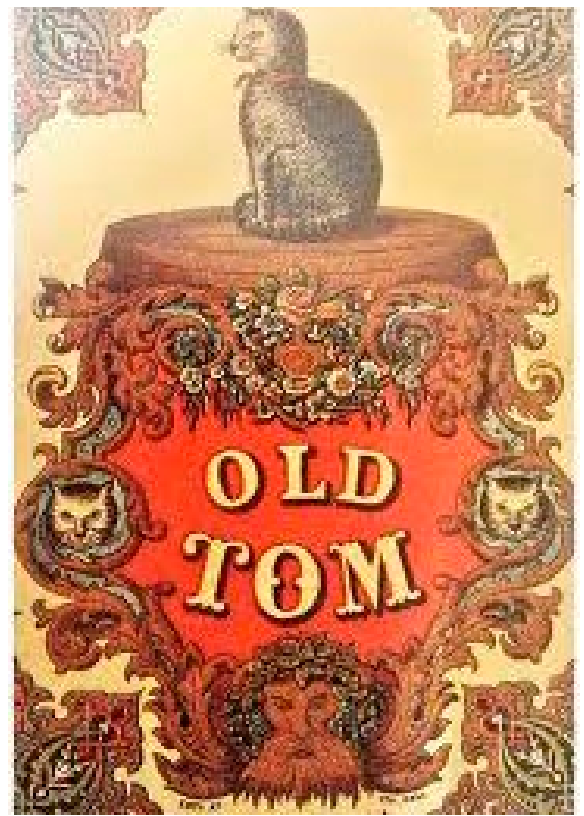
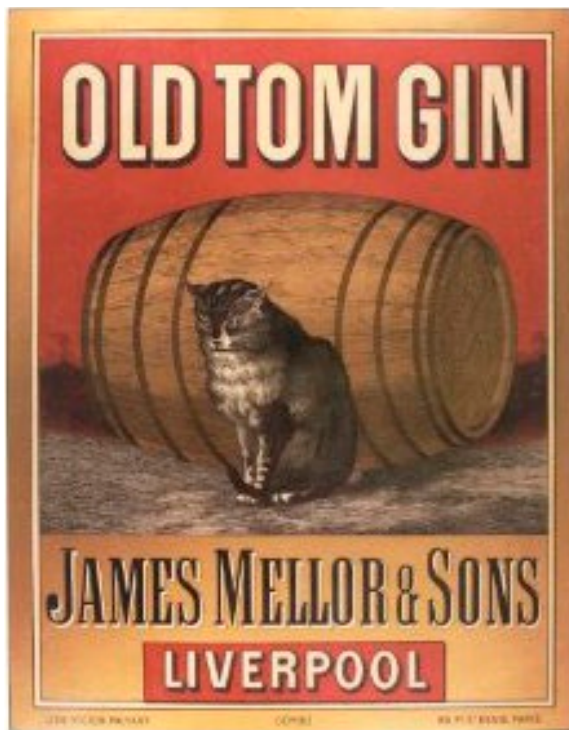
Questa storia, con maggiori particolari, fu pubblicata dallo stesso Bradstreet "La vita e le insolite avventure del capitano Bradstreet", libro che comunque non crea nessuna connessione tra il nome Old Tom e l'ecclettico capitano.

Bellissima storia, ma è certo che il termine Old Tom fu registrato per la prima volta da Joséph Boord's nel 1849 e che ricerche più recenti e fondate su documenti storici abbiano messo in risalto il fatto che la storia del gatto, tanto romantica quanto improbabile, sia niente più che una favola popolare, una delle tante legate al mondo



TRA STORIA E LEGGENDE

ALCUNE IMMAGINI D'EPOCA CHE TESTIMONIANO L'EVOLUZIONE DELL'OLD TOM GIN



e alla storia dei distillati con un piccolo fondo di verità molto marginale. Sembra infatti che il termine “Old Tom Gin” nasca inizialmente come termine generico che verrà solo successivamente associato ad un determinato stile di Gin e che la sua nascita sia da attribuire ad un certo “Thomas Chamberlain” anche conosciuto come “Old Tom Chamberlain”, un vecchio ed esperto “compounder” che lavorava nella distilleria in Church street a Lambeth.

Uno dei suoi più talentuosi apprendisti

era un certo Thomas Norris, meglio conosciuto come “young Tom”. Dopo un lungo periodo di apprendistato Norris lasciò la distilleria per aprire un Gin Palace in Great Russell street a Covent Garden. In questo Gin Palace, Norris vendeva in barili i vari Gin acquistati dal suo ex datore di lavoro. Uno di questi barili, quello con lo stile più dolce ed aromatico veniva etichettato come “Old Tom” in onore proprio del suo

maestro Thomas Chamberlain. Se anche questa versione può sembrare poco più di una leggenda, forse leggermente più verosimile a quella molto popolare del gatto, esistono tantissime prove a sostegno di questa storia e del fatto che la Boord's of London fu la prima azienda che etichettò un Gin con il nome Old Tom oltre che con il famoso gatto divenuto il simbolo di questo stile dolce di Gin e che il nome derivasse proprio da Mr Thomas Chamberlain.

Nel 1903 infatti la Boord's & Son fu chiamata a difendere davanti ad un giudice il copyright del suo marchio, rappresentato dal famoso gatto, contro la Huddart & Company. All'udienza fu provato che il termine Old Tom veniva utilizzato fin dal 1849, anno di registrazione del marchio, e che questo derivava e faceva riferimento proprio al signor "Old Thomas Chamberlain" che aveva lavorato e perfezionato quello stile di Gin presso la Hodge's Distillery di Londra. A sostegno di ciò i rappresentanti della Boord's presentarono una vecchia bottiglia di Old Tom Gin dell'azienda che in etichetta riportava un giovane marinaio a bordo di una nave chiamata "Young Tom".

La connessione fu chiara a tutti, giudice compreso. Nella prima metà dell'800, infatti, era molto comune che le distillerie finanziassero l'apertura dei Gin Palace in modo da poter posizionare più facilmente i propri Gin sul mercato, ed è plausibile e più che probabile quindi pensare che Thomas "Young Tom" Norris che si riforniva di diversi stili di Gin prodotti dalla distilleria Boord's avesse scelto il nome Old Tom per quello perfezionato dal suo ex maestro e datore di lavoro Mr Old Thomas Chamberlain. La fama di questo prodotto porterà poi l'azienda, con l'avvento dell'imbottigliamento, a voler mantenere il nome scelto da Norris. Tuttavia neanche questa versione

della storia chiarirà definitivamente il mistero del nome Old Tom. L'Old Tom Gin è considerato l'antenato del Classico London Dry style e i brand sul mercato sono prodotti con distillati ottenuti da cereali non maltati che contribuiscono a realizzare un prodotto con una piacevole struttura ottenuta con distillazione discontinua.

Leonardo Leuci

LE RICETTE

MARTINI DEL PROFESSORE

By Roberto Artusio

Jerry Thomas Project - Roma

- 50 ml Hayman's Old Tom Gin
- 50 ml Vermouth del Professore
- 2 dash bergamotto bitter

PROCEDIMENTO Stir. Bicchiere. Coppa.

Guarnire con lemon twist.



VEGAN GIN FIZZ

By Vasilis Kyritsis - Gin Joint - Atene

- 40 ml Jensen Old Tom Gin
- 10 ml Tanqueray Rangpur
- 15 ml succo di limone
- 3 dash orange flower bitters
- 15 ml sciroppo di miele infuso al te nero
- 30 ml latte di soia alla vaniglia

PROCEDIMENTO Shake. Bicchiere collins.

Guarnizione: rosa del deserto



GARIBALDI DRUNK

By Luca Vezzali - Luca e Andrea Milano

- 30 ml Ransom Old Tom Gin
- 60 ml succo di pompelmo
- 2 spoon lavender syrup (1:1)
- 1 spoon Maraschino
- velluto di Bitter Barbieri

PROCEDIMENTO Shake. Bicchiere: coppa



VIAGGIO ENOICO NELLA ROMA ANTICA

A Pompei, con Cecubo e Falerno, il top della produzione

DI LUCA DI FRANCIA

È molto interessante osservare come sia stato importante, per l'enologia e la liquoristica odierna, il retaggio storico donato dagli antichi romani i quali amavano bere il vino cui attribuivano anche un potere medicamentoso. Veniva consumato nei "thermopolium", i bar dell'epoca, dove

l'oste lo serviva, a seconda della stagione, caldo o freddo.

Alle donne, per lo meno nei tempi più antichi, era interdetto il consumo del vino, considerato un elemento estraneo alla coppia, nocivo alla salute e soprattutto nemico dell'integrità morale. Contravvenire al divieto era considerato al pari dell'adulterio. Esisteva infatti una prova, chiamata "ius osculi" (diritto del bacio), che permetteva al marito di dare un bacio alla moglie sulla bocca per vedere se aveva rispettato questa regola.

A quei tempi il vino veniva diluito con l'acqua. Il vino puro era fortemente temuto e consumato soltanto da coloro che si erano ormai persi nel vizio. I vini più prestigiosi come il *Cecubo* e il *Falerno* venivano prodotti per lo più nell'area attorno a Pompei, vero centro d'eccellenza per il mercato del vino dell'epoca. Il vino romano, come quello antico in generale, era un vino trattato, quasi conciato, estremamente instabile, facile preda dell'acetificazione e di altri proces-





si deteriorativi. Per quanto concerne i vini dolci il più diffuso era il *passum*, prodotto introducendo uva appassita al sole nel vino base, un vino che si avvicinava molto al nostro Zibibbo (parola che deriva dall'arabo Zabib che vuol dire uvetta o uva passita). Appare opportuno ricordare che la spumantizzazione era pratica già diffusa a Roma. Qui i vini frizzanti, ottenuti con una rifermentazione in bottiglia, erano definiti *bullulae*.

A Pompei è stata rinvenuta una cella vinaria realizzata con anfore della capacità di 200-300 litri, inserite in un cunicolo di terracotta nel quale si faceva circolare continuamente acqua fredda. Ciò costituisce la testimonianza tangibile di una delle prime cantine termo-condizionate della storia, luoghi ideali per la produzione dei vini con la spuma. Questi vini potevano essere ottenuti anche dal "protropum", cioè dal mosto fiore, prima della pigiatura. I vini spumanti erano denominati "aigleucos" e "acinatici". I primi erano prodotti partendo dal mosto edulcorato con miele e propoli, la cui fermentazione, fondamentale per la presa di spuma, era impedita o ritardata immergendo le anfore in acqua fredda. Molto usato nei



ROMA IMPERIALE
 QUI SOPRA
 UN'IMMAGINE
 DELLA DOMUS
 AUGUSTANA
 A SINISTRA
 ANFORE
 NELLA PAGINA
 ACCANTO UN
 THERMOPOLIUM

cibi e nelle bevande era il *garum*: una salsa liquida a base di pesci sotto sale, specialmente teste di acciughe ed erbe aromatiche. Unendovi aceto, pepe ed altre spezie si otteneva l'*oxygarum*.

È soprattutto nel periodo imperiale che si comincia ad importare vini dalla Grecia che si mantenevano più a lungo perché miscelati con acqua di mare, argilla o sale che però secondo Plinio il Vecchio sono in questo modo nocivi per la salute dello stomaco e della vescica. Il vino, mescolato a resine e pece oppure con il miele, era conservato in anfore chiuse con tappi di sughero o di argilla munite di una targhetta che ne indicava l'annata e la denominazione. In realtà i Galli furono i primi ad adottare un bottaio per la conservazione ed invecchiamento del vino, mentre i romani conservavano il vino in grosse anfore comode anche per lo stoccaggio nelle stive delle imbarcazioni durante la navigazione. Le anfore portavano al collo una specie di etichetta, il "*pittacium*", che riportava il luogo di provenienza del vino,

*Nell'antichità
 il vino era vietato
 alle donne.
 Che venivano
 sottoposte
 alla prova
 dello "ius osculi"*

REPERTI

DALL'ALTO, UNA VEDUTA DEGLI
SCAVI DI POMPEI; UN CALCATORIUM
E UNA VASCA DI MACERAZIONE



il tipo di vino che contenevano, l'anno di produzione, il giorno del riempimento, il nome del produttore e quello del console in carica. Le anfore con il marchio "*Effusum, Diffusum o Infusum*" contenevano vini di qualità superiore, "*Vina Amphorata*", quelli destinati all'invecchiamento. Le anfore normalmente rimanevano nel luogo di consumo del vino in quanto erano "vuote a perdere". A Roma venivano ridotte in frantumi e finivano in una discarica che col tempo diventò una collinetta il "*Testaccio*" o monte dei cocci. L'anfora di terracotta, venne largamente adottata in età romana poiché poteva essere chiusa ermeticamente evitando al vino di alterarsi.

Il vino arrivava a Roma per via fluviale attraverso il Tevere. I romani prediligevano il vino alla birra considerandola una bevanda da poveri e da barbari; a rendere meno appetibile il consumo di birra influiva la difficoltà della sua conservazione, che ne imponeva la consumazione sul luogo di produzione. La pigiatura, a quei tempi, era un rito di festa in cui uomini e donne pigiavano con i piedi i grappoli contenuti in vasche in muratura o in pietra molto larghe (il "*calcatorium*"), poco profonde, in maniera che lo strato di uva fosse relativamente spesso e sopraelevate rispetto al pavimento. Dopo una duplice pressatura delle uve chiamata "*vinum circumsitum*" o "*mustum tortivum*" il mosto fiore veniva filtrato molto grossolanamente attraverso adatti panieri di vimini. Il mosto veniva messo a fermentare nei "*dolia*", recipienti panciuti di terracotta della capacità di 600-

1000 litri. Solo a partire dal 250 d.C. i recipienti di terracotta furono sostituiti con botti di legno.

Il vino ottenuto, essendo torbido, veniva chiarificato utilizzando bianchi d'uovo montati a neve o latte fresco di capra, mentre i greci per rendere brillante il vino avevano fatto ricorso a pezzi di argilla o di marmo. Per la degustazione generalmente si usava la "Pocula", classica coppa "ombe.licata", simile per molti aspetti all'attuale taste-vin e così chiamata per il poco liquido che conteneva. Tra la preparazione delle principali bevande ne ricordiamo alcune.

Il **MUSLUM** concepito come bevanda corroborante, dalle qualità terapeutiche, ovvero vino mielato con aggiunta di pere.

Il **POSCA** ottenuta da una preparazione a base di mosto, o di vino, soggetta ad acetificazione e successivamente diluita in acqua, bevanda dalle proprietà settiche e tonificanti.

Agli schiavi ed ai soldati veniva data la **LORA**, vino ottenuto con il lavaggio delle bucce appena torchiate.

Come spesso accadeva nell'antichità, questo tipo di bevande sostituiva l'acqua, di non facile reperibilità e comunque conservata in condizioni igieniche non appropriate. Questo è stato uno dei motivi per il quale si dava molta importanza alla vinificazione durante l'era romana, soprattutto nelle nuove terre di conquista, dove la reperibilità di acqua potabile a volte si faceva molto difficile. Numerose testimonianze ci tramandano l'uso antico di colorare i vini con zafferano o bacche di sambuco, di dolcificarlo con miele, vincotto, fichi o datteri, e di aromatizzarlo con spezie, fiori e resine.

Il **ROSATUM** e il **VIOLACIUM** erano aromatizzati con petali di rose o di viole.

UNITÀ DI MISURA

Molto interessante è conoscere le unità di misura del tempo
Capacità:

- Ciato = 0,046 l = circa mezzo bicchiere da vino
- Acetabolo = 0,068 = circa tre quarti di bicchiere da vino
- Emina = 0,274 l = poco più di un quarto di litro
- Sestario = 0,547 l = poco più di mezzo litro
- Modio = 8,6 l

L'ABSENTHIUM. Plinio ricorda che esistevano 2 procedimenti per produrre questa bevanda. Il primo prevedeva la bollitura del mosto con assenzio, fino a una riduzione di 1/3 della quantità di liquido iniziale, il secondo la semplice aggiunta di mazzetti di assenzio al vino. Questo tipo di vino, a cui l'assenzio apporta un tipico sapore amaricante, era molto di moda e veniva servito con funzioni di aperitivo, come testimonia lo stesso termine latino *absinthium*, con il quale si era soliti indicare anche una particolare varietà di artemisia (*Artemisia absinthum*).

VINO RESINATO ottenuto attraverso l'aggiunta di particolari resine, come quella di terebinto, albero tipico della macchia mediterranea il cui uso è testimoniato fin dal Neolitico, o di pino.

Ancora oggi in Grecia, unico luogo del mondo, si producono vini aromatizzati con resine arboree, e fra questi il più noto è senz'altro il **RETSINA**, aromatizzato con resina di Pino di Aleppo, capaci di infondere particolari sapori e di combattere l'ossidazione e l'acetificazione precoce del vino.

Sicuramente il più ricercato ed esclusivo era il **VINUM MIRRATUM**, ovvero vino addizionato di mirra, la preziosa re-



ANTICHITÀ
IN ALTO DUE
IMMAGINI DEI
FORI IMPERIALI
ROMANI
QUI SOPRA UN
TRICLINIO

sina di origine arabica, costosissima e importata a Roma per i consumi di lusso.

VINO IPPOCRATICUM o **IPPOCRASSO**. È assai probabile che questa bevanda abbia origini romane, e che contemplasse l'aggiunta di timo, rosmarino, e mirto, aromi molto cari alla cucina romana. Un possibile riferimento a questa bevanda è presente in Plinio, quando ricorda *i vini stomachici*, ovvero favore-

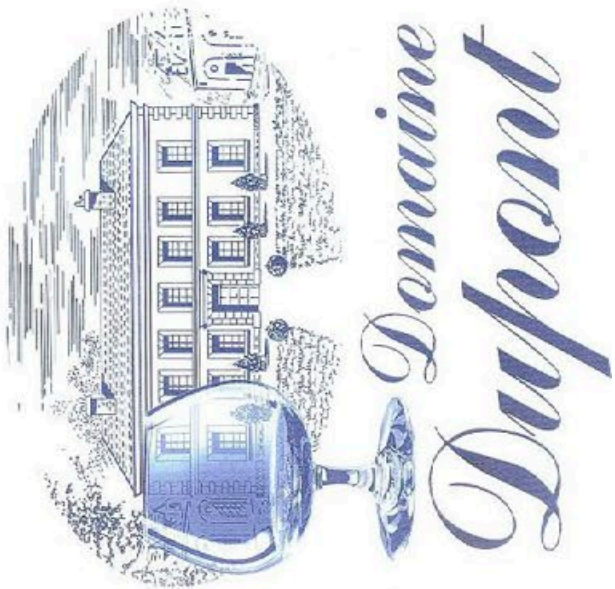
voli all'attività dello stomaco. Durante il Medioevo la preparazione del "*vino ippocratico*" fu notevolmente influenzata dal mercato delle spezie gestito dai Veneziani nel Mediterraneo.

Per quanto concerne la liquoristica, si presume che l'antenato del liquore odierno sia stato il **MULSUM CITRUM**, un vino mielato al profumo di cedro dato in dono da Ovidio, famoso poeta dell'antichità. Giunto a Roma dalla nativa Sulmona fu ammesso alla corte imperiale, per Giulia, figlia di Augusto.

Un fatto certo è legato ai medici della Scuola Salernitana, nel Medioevo, i quali scoprono ben presto che le acquaviti erano anche e soprattutto solventi dei principi officinali racchiusi in molte parti dei vegetali superiori. Si iniziò così a produrre delle medicine stabili nel tempo, che oggi possiamo definire progenitori dei liquori; non certo ottimi dal punto di vista organolettico, ma non dobbiamo dimenticare che la ragione per cui venivano prodotti era quella di guarire la malattia e non di appagare la gola. L'attività di ricerca ferveva nei monasteri, nelle abbazie e nelle dimore dei vescovi per produrre nuovi liquori e per migliorare le ricette antiche.

Non deve stupire che tanti liquori ancora oggi in auge abbiano avuto origine proprio nei luoghi di culto e di meditazione e parecchie marche commerciali facciano sfoggio di ascendenze legate a monaci e monasteri. La capacità dei romani di apprendere dagli altri durante le loro conquiste, con le contaminazioni culturali provenienti da tutto il mondo hanno reso per secoli questo impero un importante riferimento anche dal punto di vista enoico e liquoristico.

Luca Di Francia



ROSSO CRANBERRY

È la base del Cosmopolitan, il cocktail di Madonna e di “Sex and the city”

DI GIOVANNI CECCARELLI

Con il termine cranberry si indica un gruppo di arbusti sempreverdi appartenenti alla famiglia delle ericaceae e del genere vaccinium. Fanno parte di questo gruppo quattro specie: *vaccinium erythrocarpum*, *vaccinium microcarpum*, *vaccinium oxycoccos* e *vaccinium macrocarpon*; quest'ultimo è anche conosciuto come mirtillo rosso americano.

Il mirtillo rosso americano ha un'altezza massima di 20 cm e produce stolon

ni (rami laterali) che possono raggiungere una lunghezza di 2 metri. Cresce, e viene coltivato, principalmente, nel nord degli Stati Uniti ed in Canada. Predilige terreni palustri e acidi, i fiori sono di colore rosa con i petali ricurvi all'indietro che lasciano stami e

stigma scoperti. L'impollinazione avviene tramite le api. Il frutto è una bacca, più grosso del nostro mirtillo (da qui macro-



carpon, “grosso frutto”) e di colore rosso. Tra settembre e novembre, quando i frutti sono maturi, i campi vengono allagati e le bacche vengono staccate con uno speciale scuotitore e potranno essere raccolte facilmente poiché galleggeranno.

Se si osserva la sezione di una bacca si nota che al suo interno si trovano delle piccole vesciche piene di aria. Grazie a questa caratteristica i frutti galleggiano. È per questo motivo che anziché essere raccolti manualmente dalle piante si procede allo scuotimento meccanico delle stesse per poi raccogliere i frutti galleggianti.

Un antico racconto narra che un contadino americano, al quale era caduto un secchio di frutti, notò che le bacche cadevano giù per le scale rimbalzando

Il cranberry, o mirtillo rosso americano, è una straordinaria fonte di flavonoidi e antiossidanti



e altre rimanevano schiacciate sul terreno. Ciò era dovuto al contenimento di aria da parte del frutto che determinò un esame visivo qualitativo in quanto i frutti meno buoni erano quelli più marci che si comportavano come palline sgonfie e non rimbalzavano.

La raccolta può avvenire anche a secco per quanto questa tecnica è limitata a quei frutti che verranno immessi sul mercato freschi. In Canada viene coltivato con la tecnica della sabbatura: in inverno della sabbia solforosa viene adagiata sulla neve che ricopre le piante. Quando in primavera il sole scioglierà la neve, la sabbia, depositandosi sul suolo, nutrirà la pianta. Dopo l'allagamento delle zone di coltura si procederà al raccolto.

La prima piantagione ad uso commerciale fu fondata da Henry Hall nel 1816 in Massachusetts. Il cranberry ha diversi utilizzi in cucina, tuttavia viene difficilmen-



te consumato senza essere lavorato in salsa, succo o essiccato per via del suo sapore aspro. Già consumato dai nativi americani, probabilmente essiccati, attualmente negli Stati Uniti la salsa di cranberry non può mancare sulle tavole durante il Thanksgiving, come accompagnamento al tacchino. Anche in medicina questo frutto è ampiamente utilizzato essendo una fonte di flavonoidi e antiossidanti. Nel mondo del bar si utilizza principalmente il succo di questo frutto.

ROSSO INTENSO

UNA SUGGESTIVA IMMAGINE DELLA FASE DI RACCOLTA DEI FRUTTI ROSSI A LATO UNA SCENA DELLA CELEBERRIMA SERIE TV "SEX AND THE CITY"



**ANTICO
E MODERNO**

SOPRA UN
COSMOPOLITAN,
A DESTRA FIORI
DI CRAMBERRY
QUI A LATO E
SOTTO VECCHIE
IMMAGINI
DELLA VENDITA
E RACCOLTA
DEL FRUTTO



Generalmente con una presenza di frutta compresa tra il 25 ed il 30%, il succo è leggermente aspro, astringente e tannico. Questa percentuale di frutta,

che può sembrare bassa, va ricercata nel fatto che il frutto è estremamente acido (secondo solo a lime e limone) e, per questo motivo, deve essere diluito e zuccherato per essere bevuto con piacere. Si sconsiglia comunque l'utilizzo di succhi con una percentuale di frutta inferiore e, per completezza, segnaliamo che in commercio esistono succhi al 100%, per quanto di difficile reperibilità. Da non trascurare il colore del succo che non deve essere troppo chiaro, ma di un bel rosso rubino, simile alla materia prima di partenza, per non rendere i nostri drink di un colore troppo pallido.

Il drink più famoso a base cranberry è sicuramente il Cosmopolitan, reso cele-



bre da Madonna e successivamente dalla serie tv "Sex and the city". Versare in uno shaker a tre pezzi: 4cl di vodka al limone, 1.5cl di Cointreau, 1cl di succo fresco di lime e 3cl di succo di mirtillo rosso americano. Shakerare e filtrare in coppa. In assenza di vodka al limone, versare 4cl di vodka e pestare all'interno dello shaker una scorzetta di limone opportunamente privata della parte bianca (albedo) prima di aggiungere componenti analcoliche, in modo da massimizzare lo scioglimento degli olii essenziali (solubili in alcool).

Altro drink noto e di facile preparazione è il Sea Breeze che è un Grey Hound (vodka e succo di pompelmo) con del succo di cranberry.

OCEAN SPRAY E HARPOON

La famosissima azienda produttrice dell'omonimo succo, nasce nel 1930 come una cooperativa di coltivatori di cranberry. Era inizialmente formata da tre famiglie mentre oggi conta circa settecento aziende agricole, tutte nel Nord America. Il primo prodotto commercializzato fu la salsa, seguita, nello stesso anno, dal succo. Pare che il drink dal quale il Cosmopolitan si sia evoluto apparve sulle confezioni del succo di mirtillo rosso della Ocean Spray nel 1968; si chiamava Harpoon ed era la miscela di vodka (rum o gin), succo di lime e cranberry juice. O forse dal simile Cape Codder o Cape Cod, già citato in molto testi di mixology, e che prenderebbe il nome dell'omonima zona sulle coste settentrionali dove vivevano gli indiani Pequot che utilizzavano i frutti di cranberry come merce di scambio con i coloni che arrivavano dall'Europa.



Attualmente il succo di questa famosissima azienda insieme al succo dell'italiana Naty's (con cui condivide la materia prima, poiché i frutti provengono dalla stessa cooperativa) sono due ottimi prodotti e di facile reperibilità.

Concludendo, il succo di cranberry è un ingrediente che difficilmente può essere sostituito da frutta fresca e, qualora fosse possibile, andrebbero comunque riviste le ricette più comuni per bilanciare l'acidità del frutto. È importante ricordare che nei drink che prevedono cranberry non possiamo utilizzare i nostri mirtilli (*Vaccinium myrtillus*) perché, seppur "parenti", sono due frutti dal gusto molto diverso.

Giovanni Ceccarelli

LA LISTA DI GAZ

GARY REGAN

101 NEW BEST COCKTAILS VOL. III

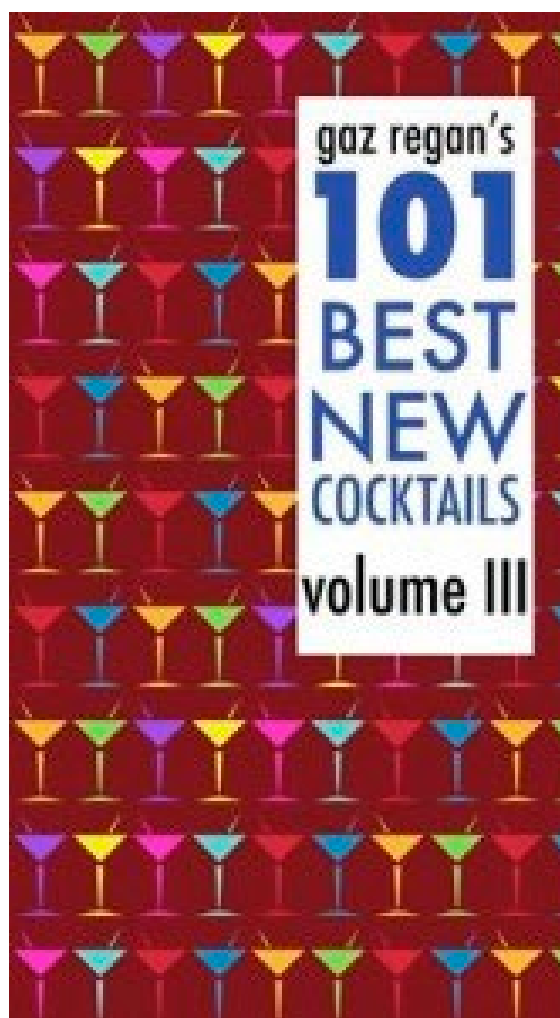
Jared Brown - (Euro 17,12)

Ogni anno Gaz Regan compila il suo personale elenco di nuove ricette di cocktail che riceve da bartender di tutto il mondo. Lo scorso anno Gaz ha ricevuto oltre 7.000 ricette e ne ha selezionate 101. Oltre a fornire una nuova scelta di drink l'autore analizza i prodotti utilizzati delle ricette per compilare una statistica indicativa delle tendenze in tutto il mondo.

La sua ultima pubblicazione, *101 Best New Cocktail Vol III*, mostra l'ascesa di Scotch Whisky e bitter, con oltre il 30% delle ricette che includono un bitter e il 16% a base Scotch Whisky. Da segnalare il ritorno di ingredienti come la Chartreuse e l'Orange Curacao.

Dagli USA arriva circa il 50% delle ricette, al secondo posto il Regno Unito con circa il 10% delle formule ma la vera sorpresa arriva dalla Cina che è ben rappresentata. Presenti anche altre nazioni europee, tra cui l'Italia, ma non mancano ricette provenienti da Sud Africa, Australia, Canada, Taiwan, Thailandia e Giappone.

Per molti bartender, è diventato un obiettivo professionale essere presenti nelle preferenze di Gaz Regan e questo spiega le migliaia di ricette che



vengono inviate ogni anno all'autore. Il volume si conferma ancora una volta un valido strumento per capire come si evolve la miscelazione nei diversi paesi del mondo.

Alessandro Palanca

ALESSI

CAMPARI

Simply Squeeze
**COCO
REAL**

1492 COLONIALE
GROUP

**DIAGEO
ITALIA**

DISARONNO®

FABBRI
1905

Finest
CALL
Premium Cocktail Mixes

FiveSenses®
by MAVORNK

SPEZIALBIER-
BRAUEREI
FORST
BIRRA-BIÈRE-BEER-BIER

ZF

GARNET
Europe

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

J.GASCO
LEGENDARY ITALIAN VINTAGE DRINKS

LA PAZIALE
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®

WENNEKER
ANNO 1693
PRODUCE OF HOLLAND
Liquor



2014

FLAIR COMBAT

III EDITION

13TH OF MAY // START 21:30

DOPO LAVORO LIVE CLUB // BRINDISI-ITALY



CITTÀ DI BRINDISI



BarTales