

BarTales



ANNO II | N. 4 | DICEMBRE 2014

Face to face

NEL SEGNO
DELL'AMARENA

Liquid story

IL MARASCHINO
CHE VISSE DUE VOLTE

Luxury Style

GUSTO
RICERCATO

HOT SPIRIT

IL CLUB DELLE
GIUBBE ROSSE

Ron DIPLOMÁTICO



IMPORTATO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI

COMPAGNIADEICARAIBI.COM | INFO@COMPAGNIADEICARAIBI.COM

FACEBOOK /COMPAGNIADEICARAIBISRLU | INSTAGRAM /COMPDEICARAIBI | TWITTER /COMPDEICARAIBI



- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
MADE IN ITALY
- 7** **Informaibes** PIÙ FORZA ALLA FORMAZIONE
- 8** **News** DAL MONDO
- 10** **Face to face** di Melania Guida
NEL SEGNO DELL'AMARENA
- 14** **Bar story** di Alessandro Palanca
UN AMERICANO ALL'HAVANA
- 20** **Art Craft** di Giovanni Ceccarelli
AROMATICHE SODE
- 24** **Report** di Leonardo Pinto
A RITMO DI CLAIRIN
- 32** **Hot Spirit** di Fabio Bacchi
IL CLUB DELLE GIUBBE ROSSE
- 40** **Cocktail Story** di Jimmy Bertazzoli
LA CANCHANCHARA DELLO ZIO SAM

- 48** **Luxury Style** di Jean Valjean
GUSTO RICERCATO
- 60** **How to Mix** di Giulia Arselli
ERBE MAGICHE
- 66** **Liquid Story** di Fabio Bacchi
IL MARASCHINO CHE VISSE DUE VOLTE
- 74** **Book corner** di Alessandro Palanca
WHISKY: THE MANUAL

ERRATA CORRIGE. Nel numero scorso la ricetta di Nadia Tramonti, vincitrice di Lady AIBES 2014, è completata con 3,5 cl di Tanqueray Gin. Ci scusiamo con l'autrice e con i lettori.

BarTales ANNO II | N. 4 | DICEMBRE 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, Jimmy Bertazzoli, Giovanni Ceccarelli, Alessandro Palanca, Leonardo Pinto, Jean Valjean

EDIZIONE WEB A CURA DI

Dinamica Digitale srl

(info@dinamicadigitale.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

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.

BY APPOINTMENT TO HER
MAJESTY THE QUEEN
TANQUERAY GIN
A COMPANY LIMITED
LONDON, ENGLAND
GIN DISTILLERS



Tanqueray

— N° TEN —



— THE ONLY GIN MADE WITH —
FRESH CITRUS FRUIT

FOR THE PERFECT GIN & TONIC

DIAGEO promuove il bere responsabile
www.drinkiq.com

MADE IN ITALY

A dispetto delle più cupe previsioni, di percentuali lontane anni luce dai bagliori dell'ottimismo, è evidente che c'è un Paese che resiste. Con forza, energia. Un'Italia che ce la fa. Con imprese che tengono alta la bandiera dell'eccellenza. Capaci di esportare in tutto il mondo. Senza chiedere aiuto a nessuno. Il meglio del Bel Paese.

Nutrito da storie con una forte impronta familiare, segnate dall'avvicinarsi di generazioni che hanno investito in innovazione mantenendo saldo quel codice etico che fonde il profitto con la tutela dei diritti. Nonino, Branca, Pallini, Fabbri. Sono storie di uomini e donne che hanno contribuito al successo internazionale della propria azienda e alla valorizzazione del Made in Italy in tutto il mondo. Le abbiamo raccontate perché sono esempi preziosi di quella parte sana di nazione con un potenziale ancora straordinario e un passato assolutamente glorioso. Quello di Drioli (*a pag. 66*), per esempio. La più antica fabbrica di liquori, il prototipo dell'azienda liquoristica italiana dal 1768 al 1981. Con l'avventura del Maraschino che visse due volte fregiandosi, caso unico, degli stemmi reali di Austria, Italia e Inghilterra contemporaneamente. C'è di che esserne fieri. Come della scoperta che fa una naturalista italiana, Fausta Balzac, (*a pag. 60*) la prima studiosa delle Artemisie, il cuore aromatico dei Vermouth. La prima a classificarle in un trattato inserito negli annali della Reale Accademia di Torino. Nel 1915.

Appena cento anni fa. E senza indulgere troppo al nazionalismo, pur sempre però con un mood patriottico, date un'occhiata alle Giubbe Rosse, il Club delle Giubbe Rosse (*a pag. 32*). È la storia del Whisky canadese con le distillerie che a metà dell'Ottocento fiorivano lungo i confini dell'Ontario. Storie di acquaviti morbide, dolci e speziate. Perfette per i giorni di festa.

Buon Natale.





THE
TEQUILA

DonJulio | **MAKE YOUR MOVE™**

DIAGEO PROMUOVE IL BERE RESPONSABILE



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

PIÙ FORZA ALLA FORMAZIONE

Possiamo archiviare il nostro 65° Concorso Nazionale con un alto indice di gradimento da parte di tutti: convenuti, accompagnatori, ospiti e i tanti concorrenti che si sono avvicendati nel backstage di Loano. La struttura 2Village ci ha accolto con professionalità e l'assistenza logistica anche durante lo svolgimento delle varie gare in concorso è stata impeccabile. C'era un clima positivo e un'atmosfera veramente bella. Il programma è stato arricchito da una serie di educational sostenuti da alcune aziende amiche di AIBES che non hanno voluto fare mancare la loro sempre graditissima presenza. Un plauso particolare va ai soci delle sezioni di Sanremo e Genova il cui prodigarsi è stato essenziale per la buona riuscita della manifestazione. I primi tre classificati di ogni categoria si ritroveranno per una selezione che decreterà il rappresentante italiano alla prossima ICC IBA che si terrà, l'anno prossimo, a Sofia in Bulgaria. Questa selezione è una novità rispetto al format adottato negli ultimi anni che vedeva la partecipazione diretta del vincitore assoluto del Concorso Nazionale e anche un'evoluzione della formula adottata sino a inizio 2000 che vedeva i vincitori delle 3 categorie principali sfidarsi tra loro. Il primo classificato degli aspiranti, i vincitori di categoria (escluso il partecipante all'ICC) e il fiduciario di Sanremo saranno invitati a un viaggio didattico nel Mediterraneo. Nel 2015 ci saranno importanti novità. Le selezioni regionali vedranno un ritorno alla formula del singolo concorso. Tali eventi saranno organizzati negli Istituti Alberghieri regionali e si svilupperanno in due momenti dedicati alla miscelazione. Il primo sarà rivolto agli studenti e l'altro sarà il concorso per i soci. Questo modello è stato scelto anche per confermare e rafforzare il rapporto con gli istituti professionali alberghieri all'interno dei quali abbiamo sempre avuto una presenza significativa. Qui di seguito, le classifiche dei vincitori del 65 Concorso Nazionale ai quali vanno i nostri complimenti.

AFTER DINNER

- 1° Toscano Francesco - sez. Sicilia
- 2° Prisco Giacomo - sez. Campania
- 3° Luzi Emidio - sez. Abruzzo

LONG DRINK

- 1° Santoro Antonino - sez. Sicilia
- 2° Ago Armando - sez. Puglia
- 3° Mattera Ciro - sez. Estero

SPARKLING

- 1° Varnelli Francesco - sez. Campania
- 2° Cerchiai Giulia - sez. Lazio
- 3° Maria Rita Proscia - sez. Puglia Basilicata

PRE DINNER

- 1° Peano Massimiliano - sez. Sanremo
- 2° Di Maggio Maurizio - sez. Estero
- 3° Iovane Fabio - sez. Lazio

PREMIO ANGELO ZOLA

- 1° Federico Domenico

Pietro Attolico

Presidente Aibes Promotion SrL

Andrea G. Pieri

Presidente A.I.B.E.S.



FIREBALL OUT

Le autorità sanitarie degli stati membri EU hanno ordinato il ritiro del Fireball prodotto da Sazerac Company. Il liquore a base di Whisky aromatizzato con cannella è risultato contenere una percentuale di glicopropilene, sostanza anticongelante usata anche nei radiatori, vietata in Europa. Percentuale ammessa in USA, Canada e Australia, dove la sostanza è regolamentata come additivo alimentare. Sembra che l'inconveniente sia originato da una spedizione errata di prodotto formulato per gli USA ed erroneamente inviato in Europa.

PERLAGE DI LUSSO

Five Senses by Mavi Drink, azienda italiana nel settore alcolico e spirit, firma un accordo di distribuzione in esclusiva per l'Italia con la prestigiosa maison di Champagne Jeeper, storica azienda familiare di proprietà della famiglia Goutorbe prima, oggi della famiglia Dubois, con oltre 150 anni di storia nella produzione e conduzione di vigneti.

Jeeper nasce nel 1847 nella regione dello Champagne, nel territorio di Faverolles et Coëmy a pochi chilometri da Reims. Oggi conta 35 ettari di vigneti di proprietà e 180 ettari di vigneti di produttori con contratto in esclusiva e una capacità produttiva di 2.500.000 di bottiglie annue.



JOLY WORLD AMBASSADOR

Il vincitore di World Class 2014, Charles Joly, lascerà l'Aviary Bar di Chicago (uno dei bar più sperimentali e innovativi del mondo) dopo la nomina del bar al 13° posto nella lista dei 50 World Best Bar. Joly, che era il beverage director del cocktail bar, ha espresso il desiderio di esplorare nuove opportunità. Al suo posto, Micah Melton. Come attuale vincitore mondiale della Diageo World Class, Charles Joly avrà la possibilità di viaggiare per il mondo come ambasciatore per il concorso.

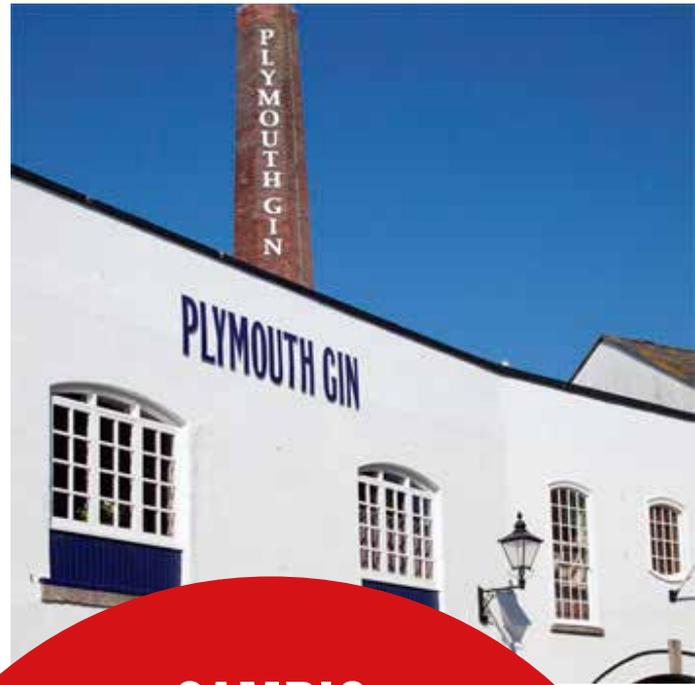


MOCKTAIL BAR

Nel tentativo di arginare il consumo eccessivo di alcol le autorità di Sidney, in Australia, hanno emesso dei provvedimenti che limitano il servizio di alcol alle ore 24,00 nei bar e la chiusura dei negozi che lo vendono alle ore 22,00. *Lentil on the rocks*, ristorante vegano della città ha deciso di trasformare una parte della sua struttura in un mocktail bar (drink analcolici soltanto) che si avvia a diventare il primo bar della categoria in Australia. Jeebak Baicharya, il bar manager, afferma che l'idea è quella di ricreare un ambiente bar dove coloro che non consumano alcol, in particolare i teenagers, possano ritrovarsi e vivere l'atmosfera di un vero bar.

UN CALICE DI CAFFÈ

Dimenticate porcellana bianca o colorata: il caffè si gusta in vetro. In calice per l'esattezza. Perché la trasparenza del cristallo esalterebbe l'analisi sensoriale e gustativa dell'espresso. Proprio come per il vino. Tant'è che esperti di caffè, maestri vetrai e sommelier hanno ideato (per Nespresso in collaborazione con Riedel) due calici da degustazione (*Intense e Mild*) per far conoscere agli intenditori l'essenza più profonda della migliore miscela.



CAMBIO DI ROTTA

Plymouth Gin, l'unico Gin protetto geograficamente in Inghilterra si avvia a perdere il suo status particolare perché Pernod Ricard ha deciso di non sostenere i costi che lo status di prodotto a denominazione geografica protetta richiede. La decisione si basa sull'idea che se anche altre distillerie di Gin dovessero aprire nella zona, non avrebbero l'unicità che Plymouth riveste da generazioni. Il Dipartimento britannico per l'Alimentazione (Defra), sostiene che gli spiriti con IG "forniscono una spinta per l'economia del Regno Unito".



NEL SEGNO DELL'AMARENA

Nicola Fabbri e i 100 anni
della formula vincente

DI MELANIA GUIDA



« Il segreto del successo? Anche il packaging, certamente. È stata quella, forse, la vera genialità». Senza nulla togliere al gusto, alla fortuna di una ricetta speciale che ha fatto il giro del mondo «quel vetro opalino comunemente usato in profumeria – spiega orgoglioso Nicola Fabbri – insieme alla forma e ai decori sono stati, indubbiamente, il simbolo del successo». Dell'Amarena, s'intende. La "Marena con frutto" che a breve, nel 2015 per l'esattezza, festeggerà un compleanno importante: cento anni di una ricetta, una tradizione, un simbolo.

È cresciuto con le favole di famiglia Nicola, con quelle storie eccezionali che il papà, tirandolo da parte, di tanto in tanto gli raccontava. La storia delle storie: quella di Rachele e Gennaro. Iniziata con una piccola drogheria e annessa tinaia a Portomaggiore e diventata poi la distilleria Fabbri. Che cominciò a produrre e vendere liquori dai nomi altisonanti, compreso un amaro, l'Amaro Carducci.

È l'esordio di un'avventura imprenditoriale cresciuta nel segno di un frutto, l'amarena emiliana che Rachele Buriani, moglie di Gennaro, sciopperà nel segreto di una ricetta deliziosa, inimitabile. Così



che Gennaro, in forma di ringraziamento, fece disegnare per lei quel vaso bianco e blu che sarebbe diventata l'icona di casa Fabbri. «Un vetro non robustissimo, forgiato da un ceramista di Faenza secondo la moda del momento, le cineserie e i colori orientaleggianti, ma in grado di varcare, con innumerevoli tentativi di imitazione, il terzo millennio».

Ne ha fatta di strada l'Amarena. Mi viene in mente un amico tedesco che mise in subbuglio l'aeroporto di Fiumicino. Ghiotto di Amarena, stipò nel trolley il vaso Fabbri appena comprato in Italia. Ridiamo ancora al racconto di quella scia rosso sangue



che segnò il lungo percorso fino al terminal e delle facce attonite dei poliziotti quando gli aprirono il bagaglio. Del resto chi avrebbe mai potuto pensare che quel liquido

“Ambasciatore italiano nel mondo”, l'amarena Fabbrì è presente in 110 paesi con altri prodotti della casa

rosso e denso fosse innocuo, golosissimo sciroppo Fabbrì? «Magari gli sarà capitato un vaso particolarmente fragile, uno di quelli con qualche piccolo difetto – prova a giustificare Nicola ridendosela di gusto – per questo le nostre operaie testano tutti i vetri, appena arrivati

in azienda, sbattendoli l'uno contro l'altro, in forma di test, prima di destinarli alla produzione».

Tant'è. Oggi l'Amarena, insieme con gli altri prodotti di grande successo della casa, è presente in 110 paesi. «È il nostro ambasciatore» dice con soddisfazione. La Cina innanzitutto. «Siamo arrivati lì nel 2000, i cinesi non si erano ancora avvicinati a latticini e derivati del latte. Il vero gelato artigianale lo abbiamo introdotto noi. E non senza difficoltà. I cinesi non amano i sapori dolci. Ancora oggi, a quattordici anni di distanza, il numero delle gelaterie di tutta la Cina è pari a quello di una piccola città italiana di provincia».

Come ha fatto Fabbrì ad avvicinare i cinesi alla dolcezza del





gelato? «Lo abbiamo reso meno dolce e più leggero, con meno grassi». E l'Amarena? «Con quel vaso di origine cinese ero sicuro che non avrebbe avuto difficoltà. Mi sbagliavo. E sa perché? Perché quella forma orientaleggiante, in Cina ricalca l'urna cineraria. Capirà che abbiamo dovuto superare uno scoglio duro, un vero e proprio tabù. Non solo. Il tipico sapore dello sciroppo è anche assimilabile all'unico sciroppo per la tosse che assumono i cinesi. Risultato? Il 70% che l'adora e il 30% che non lo può proprio

sopportare».

Veniamo ai festeggiamenti. Che succede il prossimo anno? «In primavera, la prima edizione di "Lady Amarena", il concorso internazionale dedicato alle barlady con una tappa in Cina e gran finale a Bologna. Poi, la prossima edizione del Premio Fabbri per l'Arte che nell'anno del centenario sarà dedicato a Rachele. E infine la presentazione di un libro edito da Cocchi sulle "polibibite futuriste", perché l'Amarena e il cocktail relativo era tra queste».

C'è qualcosa anche per il settore della mixology? «Una novità importante, ma al momento non posso rivelare di più», conclude. Con una promessa solenne: che appena il progetto va in porto, a Bartales saremo i primi a saperlo.

Melania Guida

UN AMERICANO ALL'HAVANA

Di origini tedesche,
Woelke inventò
El Presidente.
Per compiacere
gli americani in fuga
dal Proibizionismo

DI ALESSANDRO PALANCA

Quando il Proibizionismo entrò in vigore in America, la Cocktail Golden Age subì un corto circuito. Ma i decenni precedenti la Dry Age erano stati caratterizzati da condizioni che avevano permesso a nuove generazioni di bartender di affermarsi professionalmente dietro i bar dei posti più prestigiosi come l'Hotel Knickerbocker, l'Hoffman House e altri ancora.

Molti dei più brillanti bartender dell'epoca avevano origini tedesche. Nati in Germania e successivamente emigrati in cerca di fortuna nel nuovo mondo, come Harry Johnson e Willy Schmidt, oppure di prima generazione, come Henry Ramos e Eddie Woelke. Quest'ultimo, nella cui vita vi sono molte zone scure, era nato nel

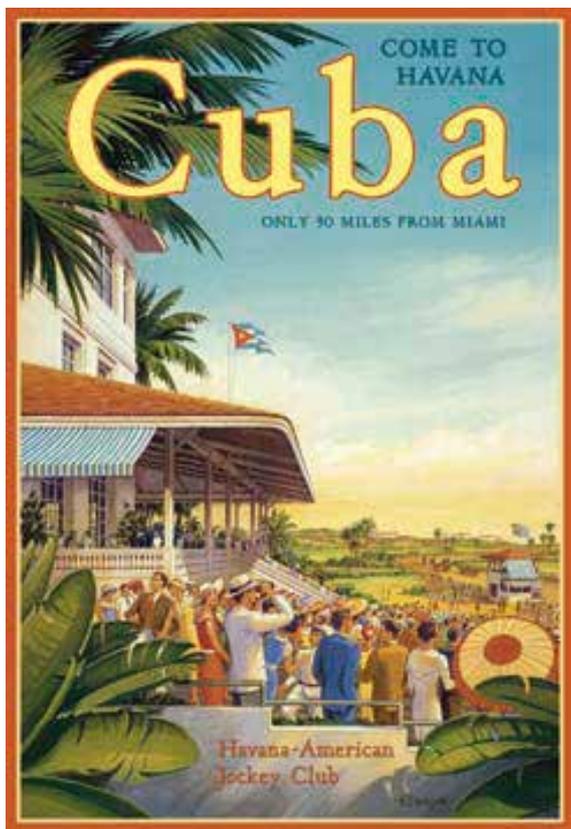


1877 a Philadelphia e aveva lavorato negli hot spot della sua città. Lasciò il posto al Germantown Cricket Club per trasferirsi al Plaza Athenée di Parigi e a Nizza, in Costa Azzurra. Nella capitale francese ebbe modo di vivere gli inizi della Belle Epoque e di conoscere Marcelle, la futura sposa.

Se Eddie avesse potuto predire il suo futuro non sarebbe certamente tornato negli USA dove, già ai primi del 1900, cominciavano a soffiare i venti del Proibizionismo. Infatti già nel 1909 alcuni Stati avevano legiferato in materia su consumo e produzione. Nel 1906 Eddie, rientrato negli USA, fu assunto al Knickerbocker Hotel. In questo posto già operava un giovane Harry Craddock, ancora lontano dai fasti del Savoy di Londra dove si sa-



STORIA
 AL CENTRO
 L'HOTEL
 SEVILLA CUBA
 IN UNA FOTO
 D'EPOCA.
 QUI SOPRA
 UN'IMMAGINE
 STORICA DEL
 BILTMORE
 NEW YORK.
 IN BASSO UNA
 LOCANDINA
 DELL'HAVANA
 AMERICAN
 JOCKEY CLUB.



rebbe recato a causa del Proibizionismo. Insieme ad Harry, Eddie si trovò alle dipendenze del Restaurant & Bar Manager James B Regan. Il Knickerboker Hotel era di proprietà della famiglia Astor al cui vertice vi era John Jacob Astor IV che perì durante il tragico naufragio del transatlantico Titanic il 15 aprile 1912. L'hotel fu allora preso in mano dal figlio di John Jacob, Vincent Astor.

Nel 1913 Eddie si spostò al Biltmore Hotel, sempre a New York. I proprietari del Biltmore, John McEntee Bowman a Charles Francis Flynn erano avveduti uomini di affari e avrebbero avuto un ruolo molto importante nel futuro di Eddie. Infatti, all'alba del Proibizionismo, nel 1919, Bowman e Flynn comprarono l'Hotel Sevilla all'Ha-



NOVECENTO

SOPRA
BARTENDER A
CUBA. A
DESTRA
CHARLES
FLYNN E JOHN
BOWMAN.
IN BASSO UNA
FOTO STORICA
DELLA
LIBRERIA DEL
BILTMORE
HOTEL DI NEW
YORK.

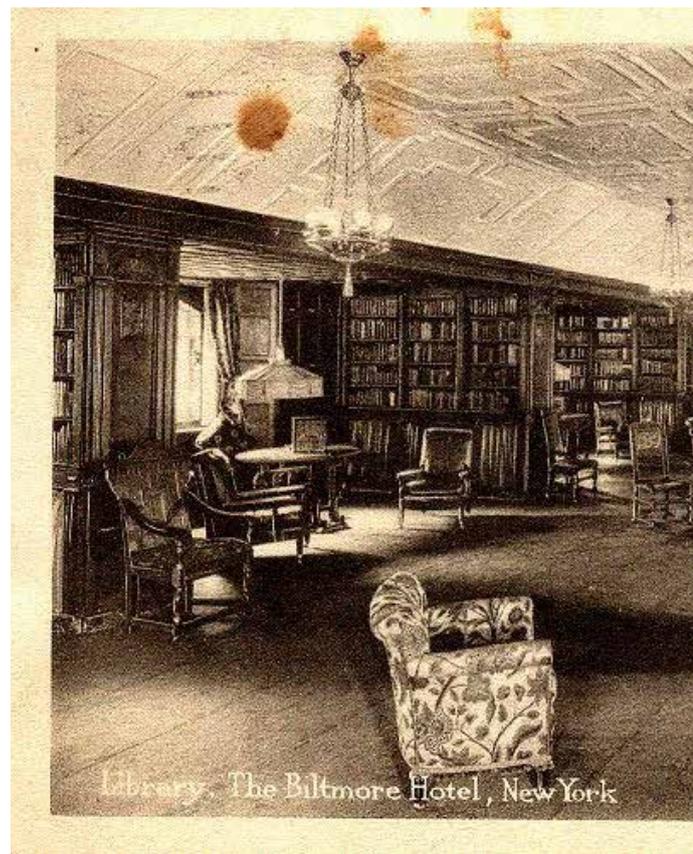
vana e lo ribattezzarono Sevilla-Biltmore Hotel. Eddie Woelke fu incluso nello staff che doveva occuparsi dello start up del nuovo hotel, e per lui iniziò una nuova vita. Eddie avrebbe condiviso il bancone di mogano del bar del Sevilla con un altro grande bartender, Fred Kauffman.

Il Sevilla Hotel era uno dei luoghi più grandi all'Havana, con la sua caratteristica architettura spagnola influenzata dallo stile moresco. Inaugurato nel 1908, è stato uno dei rari alberghi del tempo ad essere costruito da cubani e la prima pietra fu posata nel 1880. Il primo hotel di lusso della città divenne presto molto popolare. La sua atmosfera sofisticata eguagliava

quella del Ritz di Parigi e dell'Hotel de Paris di Monte Carlo. Era il punto d'incontro dei diplomatici, di esercito e marina, di uomini di lettere, arti e scienze, finanziari, gangster e attori dell'allora cinema muto. Celebrità come Gloria Swanson, lo scrittore belga Georges Simenon, il tenore Enrico Caruso e il famigerato Al Capone, che per sentirsi al sicuro occupava un intero piano per lui e il suo entourage, comprese le camere sopra e sotto la sua, sono stati tutti ospiti

Al Sevilla, nei primi anni del '900, si incontravano diplomatici, finanziari e celebrità

del Sevilla. Eletto a suo preferito da Josephine Baker, quando gli fu rifiutata una camera presso l'Hotel Nacional a causa del colore della sua pelle, il Sevilla aveva



del Sevilla. Eletto a suo preferito da Josephine Baker, quando gli fu rifiutata una camera presso l'Hotel Nacional a causa del colore della sua pelle, il Sevilla aveva



IMMAGINI D'EPOCA
 IN ALTO A SINISTRA IL PRESIDENTE GERARDO MACHADO E IL PRESIDENTE MARIO GARCIA MENOICAL. SOTTO LA TESSERA DEL CLUB DE CANTINEROS A CUBA. QUI SOPRA ANCORA IL BILTMORE HOTEL.

Generale Mario Garcia Menocal era il presidente di Cuba eletto il 20 maggio 1913. Al generale presidente era stato dedicato l'omonimo drink, *El Presidente*, sulla cui paternità ancora c'è disputa. Il Sevilla-Biltmore divenne ben presto il punto d'incontro della facoltosa clientela che frequentava l'isola, centro vitale dell'ospitalità caraibica.

Sulla drink list del bar dell'hotel era presente la ricetta *El Presidente* e ben presto sarebbero apparse le sue varianti che ancora oggi si rincorrono alla ricerca della loro esatta collocazione spazio-temporale. Alcune fonti attribuiscono la creazione di questo drink al Bar Vista Alegre, collocato in Calle Belascoain, che esisteva già prima dell'arrivo di Eddie Woelke. Se troppo audacemente qualcuno attribuisce a Eddie Woelke la creazione di questo drink è certo che Eddie lo avrebbe fatto suo rifinandolo e proponendolo alla sofisticata clientela che, in ossequio al politically correct e almeno sino alla permanenza del presidente in carica, l'avrebbe elevato a drink preferito.

Nel 1924, durante uno dei massimi periodi di splendore del Sevilla, Eddie si trasferì al Casino Nacional e poi all'Havana American Jockey Club. Neo-presidente fu eletto Gerardo Machado e, quasi contemporaneamente, la ricetta *El Presidente* fu modificata da Eddie al Jockey Club e rivista nel nome che diventò Presidente Machado. Nel 1927 fu pubblicato un pic-



nel suo bar il punto di forza.

Questo bar sarebbe diventato uno dei luoghi chiave della miscelazione cubana e quindi del mondo intero. All'epoca il



MITI

SOPRA L'HOTEL SEVILLA OGGI. A DESTRA LA COPERTINA DEL LIBRO EL ARTE DE HACER UN COCKTAIL Y ALGO MAS.

colo libro, *El Arte de Hacer un Cocktail y Algo Mas*, edito dalla Compagnia Cervecera International SA. Su questo ricettario vi erano le due ricette, *El Presidente* e *El Presidente Machado*. La differenza consisteva nel dash di Orange Curacao che rifiniva la ricetta del Presidente Machado accentuandone l'acidità e rendendola più rotonda. Basil Woon in "When it's Cocktail Time in Cuba" del 1928 riconosce alla ricetta di Eddie Woelke il massimo com-

LE RICETTE

EL PRESIDENTE (1927)

INGREDIENTI

- ½ Rum
- ½ French Vermouth
- dash di granatina

PROCEDIMENTO

Stir & strain in un cocktail glass. guarnire con orange peel.



PRESIDENTE MACHADO (1927)

INGREDIENTI

- ½ Rum
- ½ French Vermouth
- dash di granatina
- dash Curacao

PROCEDIMENTO

Stir & strain in un cocktail glass. guarnire con orange peel.

EL ARTE DE HACER UN COCKTAIL Y ALGO MAS



The Art of Making a Cocktail & More

TRANSLATED BY BARBARA REWARD • FOREWORD BY ANASTAS MILLER

plimento "it is the aristocrat of cocktails and is the one of preferred by the better class of Cuban".

La ricetta Presidente Machado fu offerta anche durante un ricevimento tenuto in occasione della visita del Presidente USA Calvin Coolidge a Cuba anche se, i cronisti dell'epoca riportarono sul *The Independent* del 17 gennaio 1928 che il Presidente Coolidge non lo assaggiò astenendosi da qualsiasi bevanda alcolica. Costantino Ribalaigua, al bar La Florida, avrebbe rivisto la ricetta del *Presidente* guarnendola con una cocktail cherry. Nel 1948 il Club de Cantineros avrebbe pubblicato una ricetta più vicina all'originale.

Eddie Woelke rientrò a New York nel 1933 dopo il Proibizionismo, prese lavoro presso il bar dell'Hotel Weylin e nel 1936 pubblicò un suo libro, "The Barman's Mentor". *El Presidente* avrebbe continuato a riscuotere successo a Cuba. Avrebbe superato il capitalismo, la rivoluzione e il comunismo, per essere poi riscoperto dal bartending dei giorni nostri.

Alessandro Palanca



PALLINI
- ITALIA -



AROMATICHE SODE

Acqua cristallina, zucchero e aromi.
Con il giusto equilibrio

DI GIOVANNI CECCARELLI

Abbiamo già affrontato il tema della gassatura delle bevande ponendo attenzione alle leggi fisico/chimiche che regolano la dissoluzione dell'anidride carbonica in un liquido (acqua). Spieghiamo adesso come

è possibile realizzare, sia a casa che al bar, sode aromatizzate.

Con i più comuni gassatori in commercio (sifone isi, twist 'n sparkle isi, soda stream) è possibile ottenere acqua gasata. Indipendentemente dalla tecnologia



Sifones de agua de Seltz tradicionales.

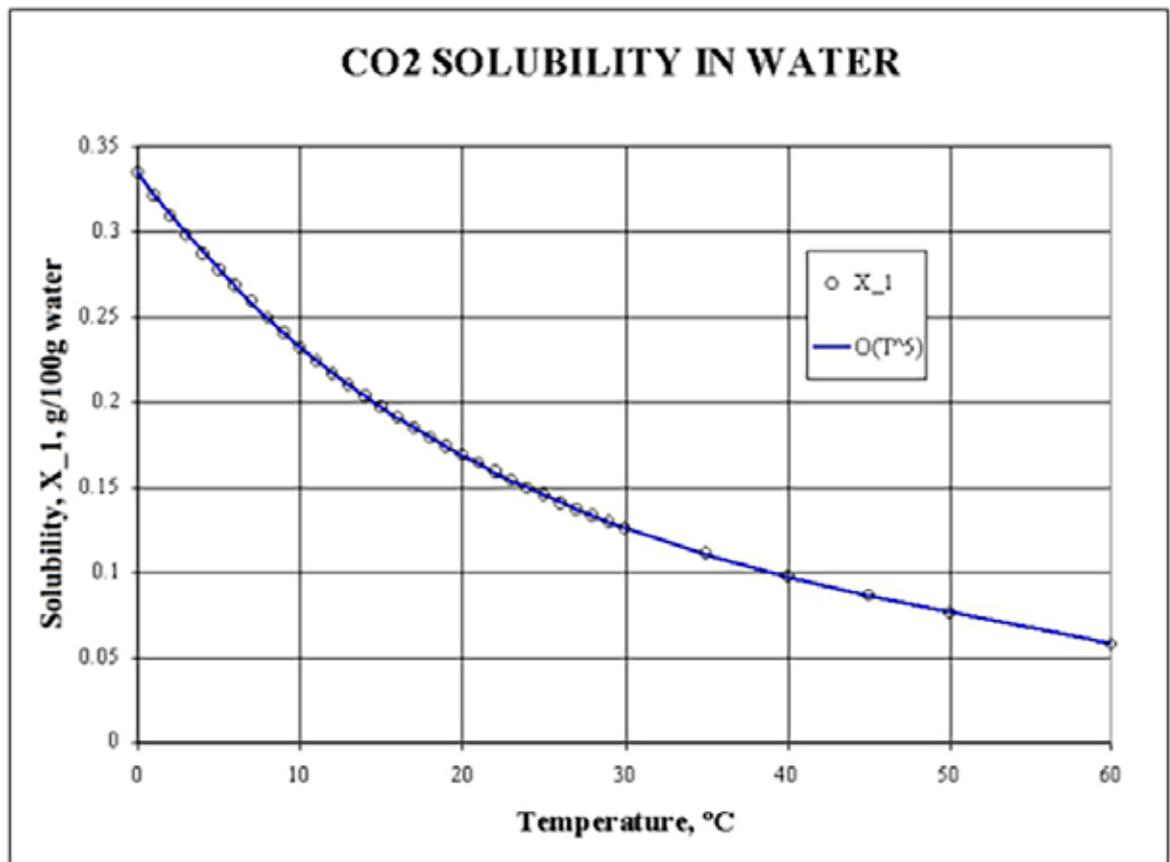


che utilizzano, o dalla loro costruzione, questi gassatori insufflano e favoriscono lo scioglimento di CO₂ in acqua. La cosa più importante per ottenere un'ottima gassatura è avere acqua ben fredda in partenza e possibilmente a temperatura di frigorifero. Questo perché, come già spiegato, CO₂ e acqua seguono un rapporto di solubilità inversa: più la temperatura è bassa, maggiore è la quantità di gas che è possibile disciogliere nel liquido. Questo vale anche durante la conservazione dell'acqua frizzante: mantenendo il contenitore ben chiuso e refrigerato si ha una gassificazione più lenta, rallentando la fuoriuscita di bollicine. Invece, nella realizzazione di sode aromatizzate, è possibile incontrare alcune difficoltà legate soprattutto all'ingrediente aromatizzante.

Il problema principale è legato alla presenza di particelle solide in sospensione, oppure alla presenza seppur minima, di componenti che potrebbero formare schiuma con il rischio di occludere i condotti dei nostri strumenti oppure di ottenere una gassatura insufficiente.



Proprio per questo motivo, nelle istruzioni del vostro gassatore, si legge spesso di utilizzare solo acqua. Quindi è molto importante che il liquido di partenza sia il più possibile cristallino e privo di sostanze in sospensione. Un filtro di carta dovrebbe bastare, nella maggior parte dei casi, ad aggirare il problema, altrimenti si deve ricorrere ad altri metodi come la filtrazione con colla di pesce ma che tuttavia sconsigliamo di utilizzare per la



complessità e lentezza del processo (richiede più di 24 ore).

Una soda aromatizzata deve contenere acqua aromatizzata e zucchero. Gli agenti aromatizzanti più comuni sono frutta, scorze di agrumi o erbe e spezie. Per capire il corretto modo di estrazione degli aromi da erbe e spezie si rimanda all'articolo di Antonio Parlapiano nel numero 10 (anno 1) di BarTales. Nelle sode aromatizzate industriali a base frutta il succo del frutto deve essere presente, per legge, in percentuale.

Una possibile ricetta per un litro di soda al limone potrebbe essere la seguente: 20cl succo di limone fresco opportunamente filtrato; 10cl infuso di scorze di limone; zucchero liquido quanto basta per correggere il gusto e dare corpo; acqua fino ad arrivare ad un litro totale di prodotto. Molto importanti sono le scorze che devono essere aggiunte a qualsiasi soda aromatizzata agli agrumi (es. aranciata). Infatti, il sapore di queste bevande, anche industriali, dipende in buona parte da questo. È sconsigliato utilizzare solo

succo di limone e zucchero perché le sode aromatizzate sono bibite pensate per essere bevute anche non miscelate.

Per realizzare invece acqua tonica, gli ingredienti che non devono mancare sono la china e le scorze di lime o limone. Una possibile ricetta potrebbe essere la seguente: 900ml di acqua, 40gr di china, scorze di 2 lime, 1/2 pompelmo rosa, 10 chiodi di garofano, zucchero. In una pentola fare un decotto di china e chiodi di garofano. Una volta che l'acqua è a temperatura ambiente, filtrare ed inserire le scorze di agrumi opportunamente pulite della parte bianca. Lasciar riposare almeno 24h in frigorifero e aggiungere zucchero secondo necessità. Dopo aver filtrato con filtro di carta e refrigerato il liquido procedere alla gassatura.

Prendendo questa ricetta come punto di partenza, provare ad aggiungere ingredienti come rosmarino, scorze di limone,



lime kaffir, pimento, camomilla, oppure sostituire la china, agente amaricante, con la genziana o il rabarbaro. Concludendo, è bene ricordare che le ricette e le quantità di ingredienti sono assolutamente soggettive. Proprio questo è il senso delle preparazioni homemade: ricercare equilibrio in base al proprio gusto e in base al drink che si vuole ottenere.

Giovanni Ceccarelli

LA RICETTA

GINGER BEER (non fermentata)

La ginger beer è una bevanda che veniva ottenuta facendo fermentare zenzero, limone, acqua e zucchero. Per un consumo casalingo, prestando particolare attenzione alle più comuni norme igieniche, è possibile realizzare questa bevanda utilizzando una delle tante ricette che prevedono la fermentazione. È invece assolutamente sconsigliato somministrare ginger beer, ottenuta mediante fermentazione, in un pubblico esercizio.

Una possibile ricetta, priva di rischi, potrebbe essere la seguente:

- 150 ml di centrifugato (o estratto) di zenzero;
- succo e scorze di 2-3 limoni di medie dimensioni;
- acqua fino ad arrivare ad un litro di volume totale;
- zucchero, quanto basta.

PROCEDIMENTO

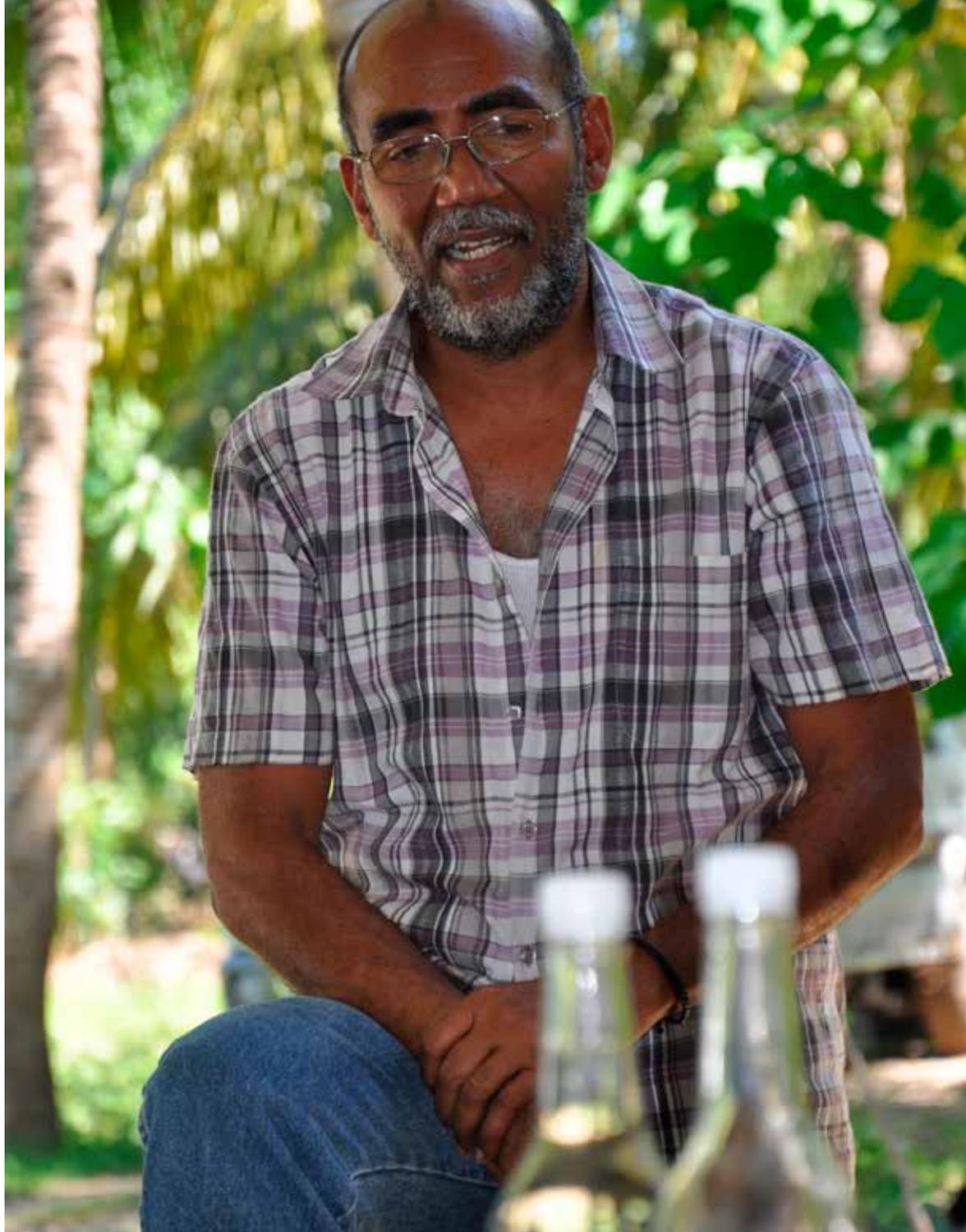
Scaldare l'acqua e fare un infuso di scorze di limone (private della parte bianca). Una volta a temperatura ambiente, aggiungere il centrifugato di zenzero, il succo di limone e lo zucchero. Sciogliere il dolcificante e filtrare il tutto con un filtro di carta. Refrigerare il liquido e procedere alla gassatura. Conservare in frigo e consumare entro la serata. Se necessario, bilanciare la ricetta secondo il proprio gusto. Potrebbe formarsi un'abbondante schiuma, far riposare qualche minuto prima di aprire il contenitore contenente la bevanda.



A RITMO DI CLAIRIN

L'Haiti Rhum Fest e la sorprendente rivelazione del "Rhum dei poveri"

DI LEONARDO PINTO



Sono stato al primo Rhum Festival di Haiti, organizzato, il mese scorso, dalla events agency “J’organise” nel resort El Rancho. Nelle intenzioni dell’ideatore Alexandre Vingtier, tra l’altro editore del magazine “Rum Porter”, più che uno showcase sul Rhum la kermesse doveva essere un’occasione, un’opportunità per Haiti di mostrare la genuinità e l’originalità isolana. E così è stato. Chi avrebbe mai potuto pensare che a distanza di pochi anni dal terremoto

che ha devastato la città, un Rhum Festival potesse aver luogo proprio qui? Eppure la catastrofe è solo un lontano ricordo per gli haitiani, nonostante i ruderi nella vecchia capitale siano lì a testimoniarlo ancora, la gente ha sete di vita, di allegria e di Rhum. I primi locali moderni sono nati nel centro della capitale che vanta anche un cocktail bar di altissimo livello che nulla ha da invidiare ai migliori cocktail bar delle capitali europee: lo Shakerz.

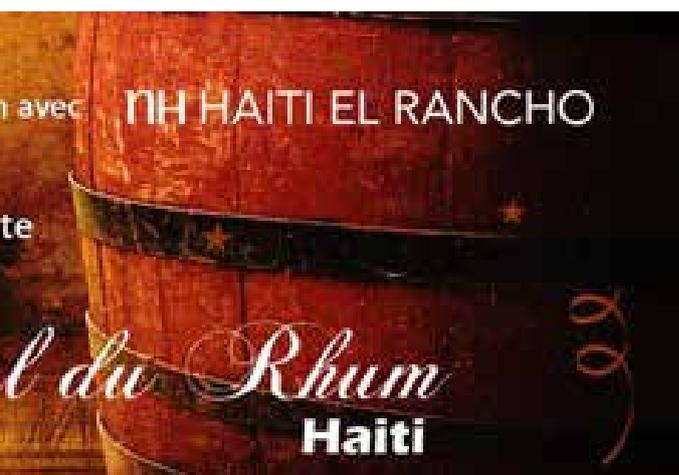
Come da programma abbiamo fatto vi-



sita alla distilleria Barbancourt, la più famosa di tutta l'isola e l'unica riconosciuta anche al di fuori di Haiti. Una distilleria moderna che ormai ha abbandonato il concetto di Rhum agricole nell'accezione vera e propria del termine, sposando la distillazione di sciroppo di vesou, più facilmente conservabile, e che quindi

consente la produzione di Rhum anche quando la canna da zucchero scarseggia. Molti sono i depositi di invecchiamento, alcuni dei quali climatizzati e il processo di invecchiamento vede un alternarsi di travasi del Rhum da botti grandi a piccole barriques e viceversa.

Ma Haiti non è solo Barbancourt. Tappa d'obbligo è stata la distilleria Vieux Labbè, il cui proprietario è il diretto discendente della famiglia Barbancourt. Vieux Labbè non è propriamente un produttore di Rhum, ma invecchia e matura



i tradizionali distillati dell'isola, i Clairin. I Clairin, appunto, sono la vera rivelazione di Haiti. Un vasto panorama di piccole distillerie artigianali, più di 490, spesso difficilmente raggiungibili soprattutto nella stagione delle piogge. Questa è Haiti, questo è il Rhum di Haiti e questo è il suo Festival. E se è vero che molte di queste distillerie producono Rhum di qualità "tecnicamente" bassa, è vero anche che dall'altro lato c'è un movimento organizzativo tra i produttori che vogliono portare un minimo di regolamentazione



RHUM
 QUI SOPRA
 BOTTIGLIE DI
 CLAIRIN.
 PIÙ IN ALTO
 EL RANCHO
 HOTEL HAITI.



e di qualità in questo mondo. Un Rhum, che possiamo dire senza riserve, che è prodotto nello stesso modo da oltre 300 anni. Commenta Alexandre Vingtier: «Ho trovato uno scritto datato fine Settecento in cui si descriveva la tecnica tradizionale di produzione del Rhum nell'isola e la cosa che mi ha lasciato senza parole è stato riscontrare come i macchinari, le tecniche e le piantagioni sono ancora le stesse, nulla è cambiato dopo quasi tre secoli».

Se parlare di Rhum vuol dire parlare di "spirito", lo spirito dell'isola e della sua gente è senza dubbio nei Clairin. La caratteristica principale di Haiti rimane il Clairin. Questo era il Rhum dei poveri, simile ai Tafia o Guildive del XIX secolo. Il Clairin è la testimonianza di una storia antica, l'unica prova di un tipo di produzione generalmente abbandonata molti secoli addietro. Oggi costituisce un prodotto quasi sconosciuto

e inesplorato, ma con un grande potenziale di sviluppo sul mercato.

La canna da zucchero viene coltivata in piccole proprietà con metodi del tutto naturali, materiali e quasi biologici. Le canne da zucchero utilizzate sono diverse per varietà e provenienza regionale, sono scelte più per la loro carica aromatica che per la resa. I Clairin sono ottenuti da puro succo di canna fresco, come il Rhum agricolo o da sciroppo di canna ridotto per cottura in grandi vasi di rame. I migliori Clairin sono ottenuti partendo da una lunga fermentazione e raramente vengono imbottigliati in quanto spesso venduti localmente in barili di 200 litri. Nel 2012, le prime bottiglie di Clairin artigianale sono state esportate per la prima volta verso l'Europa dove hanno riscosso un inaspettato successo.

Tornando alla manifestazione qualcuno



HAITI
DUE IMMAGINI
DELLE FASI DI
PRODUZIONE
DEL
DISTILLATO.
NELLA PAGINA
ACCANTO
BOTTIGLIE AL
MERCATO

racconterà di un festival disorganizzato, qualcun altro della mancanza di molti brand e i più raffinati di una mancanza di valorizzazione e di intento. Ma se tutto questo viene contestualizzato, sono piccolezze rispetto all'enorme visibilità

che il locale Ministero del Turismo ed i brand haitiani sono riusciti ad ottenere seppur da un evento modesto. Una platea di esperti internazionali, bloggers e voci autorevoli del settore erano lì, ad assaggiare, girare tra i banchi e scopri-

HAITI TASTING COMPETITION

CLAIRIN

Clairin Sajous	Oro
Clairin Vaval	Plata
Clairin Lakay	Bronce

RHUM PUR JUS BLANC

J Bally 50°	Oro
Sant James 50°	Plata
Neisson 55°	Bronce

RHUM PUR JUS 3-6 ANS

Rhum Rhum Liberation 2012	Oro
Saint James Rhum Vieux	Plata
St. James Cuvee1765	Bronce

RHUM PUR JUS 7 + ANS

Neisson agricole extra vieux	oro
St James Reserve Privee 7	Plata
Saint James Hors d age	Bronce

RHUM 0-8 ANS

Papalin	Oro
Bakara Grand Reserve 8	Plata
Maja 8	Bronce

RHUM 9 + ANS

Caroni Trinidad 15	Oro
Bakara 12	Plata
Maja 12	Bronce

RHUM AROMATISÉ

1-Chamarel	Oro
2-Pango Barbancourt	Plata



re un mondo nuovo, un mondo che chi è appassionato di Rhum non può e non deve trascurare.

Il mercato e l'economia locale che sono stati al centro discussioni non sono differenti da molte altre realtà emergenti; una piccola percentuale di benestanti a margine di una popolazione povera che vive con pochi spiccioli al mese. Un mercato per certi versi importante dal punto di vista dello sviluppo, cosa che ha portato brand stranieri come Maja, Saint James, Neisson e altri a presenziare alla manifestazione tenutasi nel lussuoso Hotel Rancho. E seppure il seminario sulla storia del Rhum ad Haiti dell'amico ed esperto di Rhum Alexandre Vingtier ha avuto un ritardo di ventiquattro ore, poco importa.

Siamo ad Haiti, siamo in una culla di emozioni e Rhum, dove il tempo assume un ritmo diverso, fatto anche di soste passate all'ombra di una palma sorseggiando Clairin con una scorzetta di lime e ghiaccio. Un panel di degustatori internazionali ha assaggiato i Rhum in concorso nelle diverse categorie. Seppur passato per certi versi in sordina, il primo festival del Rhum di Haiti, con mille problemi organizzativi, è stato sicuramente un successo per l'obiettivo che intendeva raggiungere: diffondere l'enorme patrimonio culturale dell'isola relativo al Rhum.

Leonardo Pinto

ESSENTIAE

ESSENTIAE

LIQUORERIA LIGURE



L I Q U O R I

N A T U R A L S P I R I T S



Ogni liquore

Viene prodotto in piccole quantità solo con ingredienti di stagione, utilizzati nel periodo della loro maturazione.

Ogni fase della lavorazione si compie manualmente.

Vengono scelte materie prime di alta qualità, e prodotti locali provenienti esclusivamente da colture selezionate.

La produzione è costituita da antichi metodi artigianali che escludono l'utilizzo di coloranti e conservanti.

ESSENTIAE LUNAE

VIA PALVOTRISIA N. 2

19030 CASTELNUOVO MAGRA - (SP) - ITALIA

WWW.ESSENTIAELUNAE.IT

TEL. (+39) 0187 693483

FAX (+39) 0187 694903

IL CLUB DELLE GIUBBE ROSSE

Sofisticato, elitario ed elegante: un whisky per gentleman

DI FABIO BACCHI

La nascita dello stile del Whisky canadese coincide con l'arrivo sul mercato di Canadian Club prodotto da Hiram Walker nel 1882. Obiettivo del nuovo Whisky, scritto senza la "e" finale, in ossequio alla tradizione dei maestri scozzesi, era quello di bilanciare il sapore pieno e robusto dei Whisky nordamericani con fragranza e leggerezza. Da allora sarebbero state queste le caratteristiche del Whisky canadese.

A quei tempi i cereali disponibili in Canada per la distillazione erano segale e grano. I Whisky canadesi dell'epoca erano caratterizzati da elevati tenori di flemme. Si cercò di ridurre questo problema prolungando in modo inusuale i tempi di distilla-

zione per poi mescolare al prodotto finito dell'alcol neutro. Se Canadian poteva sembrare un richiamo all'origine del prodotto, fu la parola "Club" a essere fortemente innovativa dal punto di vista commerciale. L'idea di Hiram Walker era di elevare il CC a prodotto sofisticato e consumato dai gentleman frequentatori dei club. Non quindi, un Whisky per chiunque.

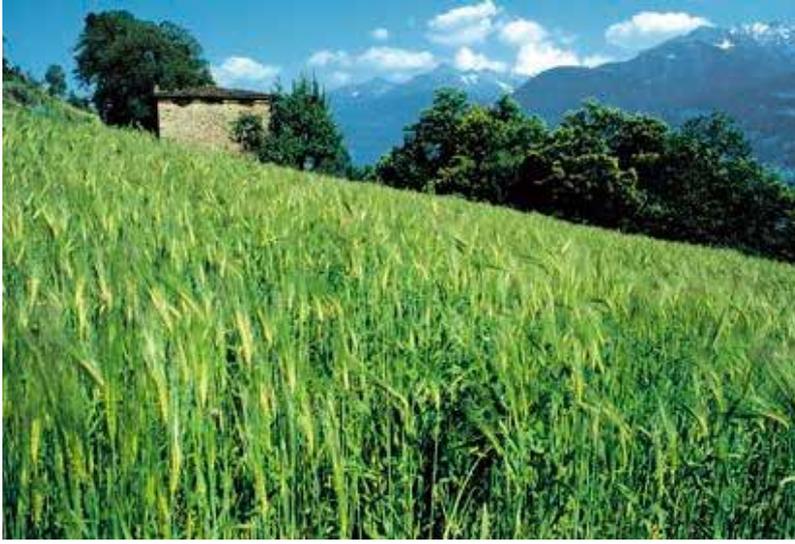
Era un periodo durante il quale il Whisky si vendeva in barili dai quali veniva spillato per essere distribuito in anonime bottiglie e vedere una bella bottiglia etichettata in modo elegante era una garanzia di autenticità. Il successo del prodotto fu strepitoso e accompagnato da molte imitazioni spesso neanche prodotte in Canada. La stessa



parola “Club” era abusata in tutti i modi.

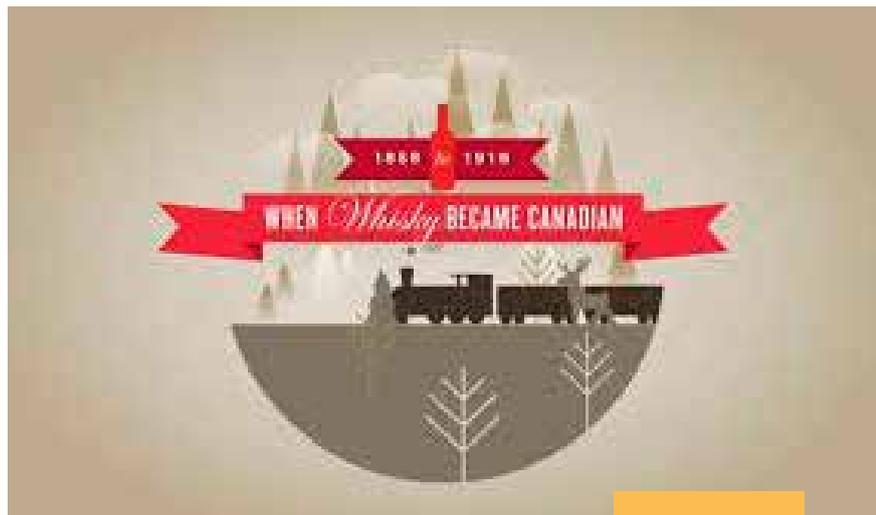
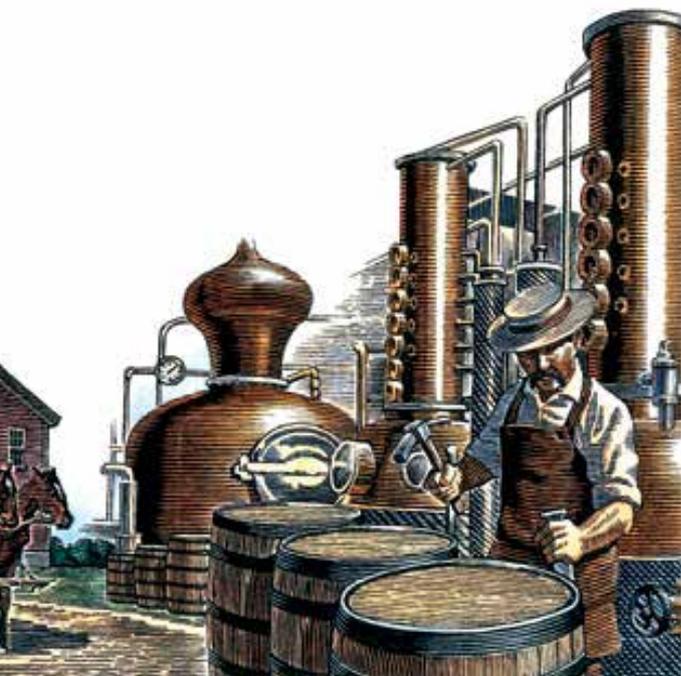
La lobby dei produttori americani cercò di contrastare il prodotto canadese facendo approvare, nel 1906, una legge che tutelava la genuinità degli ingredienti alimentari richiamando l’attenzione sulla presenza delle flemme come componente di genuinità. La legge passò per il principio secondo il quale, essendo le flemme da considerarsi come parte essenziale del Whisky, non poteva esserci aggiunta di alcol nel prodotto finale.

Il Whisky canadese diversamente concepito fu interdetto dal mercato americano. Fu presentato un ricorso e una commissione di esperti istruita dalle autorità governative affermò che il Whisky poteva



includere tutti gli alcol alimentari ottenuti da cereali. A quel punto il Whisky canadese ebbe libero accesso al mercato americano. Il mercato USA era importantissimo per i canadesi, soprattutto agli albori del Proibizionismo. Il periodo costituì un momento importante per i traffici illegali che si svilupparono tra i due paesi.

Se negli USA il Proibizionismo fu tota-

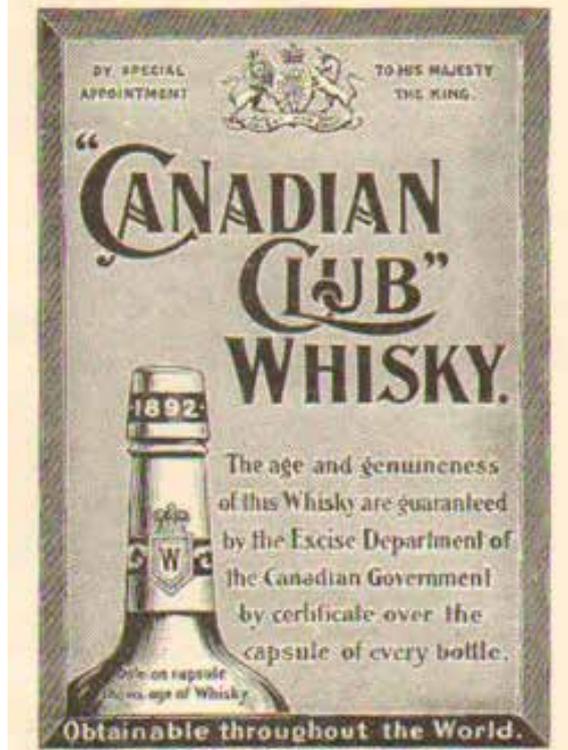


CANADA
 NELLA PAGINA ACCANTO, DALL'ALTO: PIANTAGIONE DI SEGALE; HIRAM WALKER; SPEDIZIONE DI BOTTI. AL CENTRO, DALL'ALTO: UNA FASE DELLA PRODUZIONE DI WHISKY IN UN'IMMAGINE STORICA; SOTTO, RE GIORGIO VI D'INGHILTERRA. IN QUESTA PAGINA, AL CENTRO UN DIPINTO D'EPOCA; IN ALTO LE DATE STORICHE DEL CANADIAN E, SOTTO, LE DISTILLERIE SEAGRAM. QUI A LATO UNA GIUBBA ROSSA CANADESE.

le, anche il Canada subì restrizioni anche se in forma più parziale. Il Canada poté continuare a produrre, divenne anche una specie di piattaforma logistica sulla quale confluiva alcol da tutto il mondo, soprattutto Scozia, che poi alimentava gran parte del commercio illegale di alcol diretto verso gli USA. Il prezzo di una cassa di Whisky passò da 7 a 75 dollari. Per i canadesi era

una fortuna e il divieto di esportazione negli USA veniva aggirato anche usando le isole francesi del Golfo di San Lorenzo, o l'Havana, che fungevano da filtro verso gli USA. Due noti brand dell'epoca, l'American Whiskey e il Kentucky Bourbon erano prodotti in Canada da una distilleria che produceva anche antigelo.

Il Whisky canadese è normalmente of-



BLENDING

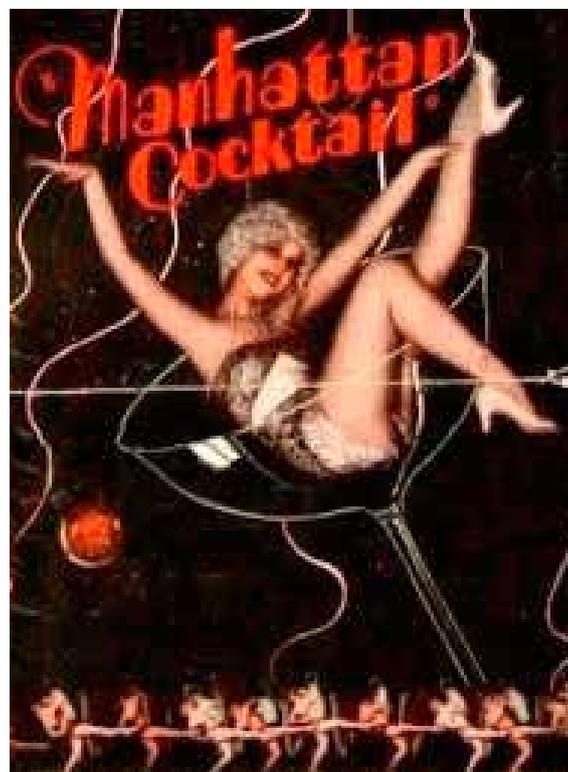
SAM BRONFMAN, INVENTORE DEL CROWN ROYAL, CREATO IN ONORE DI RE GIORGIO VI.

ferto a chi chiede un Rye. Tuttavia dobbiamo dire che i Rye canadesi sono molto diversi dagli Straight Rye degli USA che sono il concetto originale di Straight Rye del quale abbiamo abbondantemente detto.

I Whisky canadesi hanno il gusto speziato e dolcemente amaro della segale, in alcuni

casi più leggero che in altri. A volte hanno delle note di vaniglia che possono provenire dalle botti di Bourbon usate per l'invecchiamento oppure dall'aggiunta di altro Bourbon alla miscela. Hanno spesso la tipica asprezza degli Straight Rye e dei Bourbon pur senza

esserlo ed è molto raro trovare Canadian Straight Rye. Si usa segale maltata e non, sempre con un po' di orzo per avviare la fermentazione, quasi sempre si tratta di blended e i Bourbon utilizzati nelle miscele sono spesso prodotti dalle stesse distillerie canadesi. I canadesi tendono a distillare in continuo, con modifiche e tecniche propriamente loro, e anche usan-



do entrambi i metodi di distillazione.

Al tempo i canadesi avevano due correnti di pensiero su invecchiamento e miscelazione. Alcuni pensavano che la miscela da imbottigliare dovesse essere fatta con i Whisky invecchiati in quanto prodotto finale. L'altra tendeva a pensare che la miscela dovesse essere fatta con i distillati appena estratti e prima che maturassero. I primi credevano che il Whisky

Speziati e con quel gusto dolce-amaro, i "canadesi" hanno la tipica asprezza degli Straight Rye



da miscelare fosse quello ormai maturo, i secondi pensavano che le caratteristiche si manifestassero negli spiriti appena distillati e quindi li si doveva miscelare subito per fare poi armonizzare la miscela già pronta in botti sempre nuove e piccole.

Alcuni Whisky canadesi erano sottoposti a un insaporimento, in modo molto curioso, con Sherry, altri vini, o con distillato di prugne, in misura non superiore all'1-2%. I prodotti migliori erano comunque quelli che non avevano miglioratori, con molta segale e un invecchiamento tra i 12-15 anni. Le più antiche distillerie sono quelle che si trovano nella zona del lago Ontario, la patria del Whisky canadese, e risalgono alla metà dell'800. Erano fattorie dedite all'agricoltura e alla macinazione dei cereali. I mugnai erano spesso pagati in cereali, quello che rimaneva dopo l'uso alimentare veniva fermentato e distillato. Da due mulini che si diletavano a distillare nacque l'industria del Whisky canadese, nelle località di Windsor con Hiram Walker nel 1858 e a Waterloo con Seagram. Quest'ultima sarebbe diventata uno dei colossi mondiali degli spirit prima di essere frazionata e venduta come uno spezzatino.

Nella storia della Seagram's fu molto importante la figura di Sam Bronfman. Sam era il rappresentante di una famiglia liquoristica canadese che aveva fatto for-





tuna durante il Proibizionismo e costruito una distilleria a La Salle, vicino Montreal. Bronfman acquistò un'importante quota dell'allora giovane Seagram's. Desiderava scrollarsi di dosso il suo passato di contrabbandiere di alcol e si dedicò all'arte del blending. Contemporaneamente avviò una campagna per la diffusione del bere responsabilizzato e di qualità. I Whisky canadesi della Seagram's erano rotondi e delicatamente dolci, con un finale di rovere ma tutto sommato pulito. Non usavano insaporitori ed erano blended di ottima

fattura. Il super premium era costituito da Crown Royal creato in onore del Re d'Inghilterra Giorgio VI e della consorte Elisabetta in occasione della loro visita in Canada nel 1939. Questo Whisky fu introdotto negli USA solo nel 1965.

Il brand è oggi di proprietà di DIAGEO e la distilleria si trova a Gimli, sulle sponde del lago Winnipeg nella regione di Manitoba. Sembra che il blending fosse stato fatto proprio da Sam Bronfman che lavorò con 600 campioni di distillato prima di arrivare al risultato voluto. Oggi Crown

LE RICETTE

WINTER IN BRONX di Mattia Pastori

INGREDIENTI

- 40 ml Crown Royal De Luxe
- 20 ml Vermouth Cinzano 1757
- 30 ml succo di mandarino filtrato
- 20 ml sciroppo di cannella e all spice

PROCEDIMENTO

Tecnica: shaker. Glass: cocktail cup. Guarnizione: rondella di mandarini disidratata e reidratata con Crown Royal De Luxe.



BIJOU ROYALE di Francesco Cione

INGREDIENTI

- 30 ml Crown Royal De Luxe
- 15 ml Carpano Classico
- 15 ml Palomino Fino Tio Pepe Sherry
- 30 ml Chartreuse 1605 Liqueur d'Elixir
- 3 dash Bob's orange & mandarin bitter
- Spry liquore di violetta

PROCEDIMENTO

Tecnica: stir. Glass: cocktail cup. Guarnizione: orange peel e amarena.



Crown Royal MAPLE FINISHED



Royal De Luxe è un blend di 50 distillati orchestrati magistralmente dal master blender Andrew Mackay. Al naso è ricco e robusto con note di frutta e vaniglia. Al palato è delicatamente morbido con la vaniglia sempre presente e un finale lungo e leggermente di legno. Crown Royal De Luxe, ottenuto da una miscela cerealicola di mais, segale e orzo, invecchiato in botti di quercia nuove e usate, è considerato la più alta espressione del Whisky canadese.

Di Crown Royal esistono anche altre versioni, due delle quali aromatizzate. Una di queste è il Crown Royal Regal Apple ottenuto unendo una infusione di mele al blend, l'altra è il Crown Royal Maple Finish elaborato con un touch finale di un tipico prodotto canadese, lo sciroppo di acero. Il Crown Royal Black ha una gradazione superiore, 45°, e un colore molto più scuro. Oltre il Reserve e l'XO al top della gamma vi è Crown Royal Monarch 75th Anniversary creato per commemorare l'anniversario dell'edizione del 1939, appena arrivato sul mercato internazionale e che combina un blend dei migliori stock della distilleria ottenuti con lo storico Rye Coffey Still. Ricco e morbido, con una elegante



complessità caratterizzata da note di caramello, speziate e di frutta secca, Monarch è confezionato in bottiglie numerate.

In miscelazione i Whisky canadesi si caratterizzano in grandi classici dove spicca la nota amarognola della segale che si esalta nei drink aperitivi. La storia ha visto la presenza alternata del Whisky canadese, titolare o riserva, in tre grandi classici come Manhattan, Old Fashion, Whisky Sour per citare i più noti. Il revival dei Rye Whiskey USA sicuramente sposterà l'attenzione anche sui cugini canadesi.

Fabio Bacchi

LA CANCHANCHARA DELLO ZIO SAM

Un classico americano
della miscelazione caribica.
Da almeno 200 anni

DI JIMMY BERTAZZOLI

Ci piacerebbe che avesse una storia avvincente, emozionante, eppure il Cuba Libre ha un percorso ben più semplice e lineare di quello che si immagina o si crede di conoscere. Che è

poi la sua straordinaria forza.

Il Cuba Libre, con la sua identità cubana e americana, con il suo carisma di ambasciatore di una cultura del bere basata su un concetto primitivo fa la sua apparizione con



questo nome, nelle cronache di un giornale, ben prima della Guerra d'Indipendenza di Cuba che vedeva contrapposti americani e cubani da un lato, spagnoli dall'altro. In verità, già a quel tempo festeggiava il suo due-

centesimo compleanno. O quasi. La costante ricerca di certezze e fonti che tendano a soddisfare il bisogno di raccontare storie sempre nuove rischia di non fare accettare ciò che è veramente semplice, da vedere e



CUBA.

New York, Nov. 13—A correspondent, telegraphing from Vista Hermosa, Cuba, on the 9th, says; I have just returned from the encampment of General Agramonte, the Cuban leader, where I went disarmed, accompanied by guides, last Thursday. Three miles ahead I saw a picket guard of eight white men, dressed in pantaloons only, and about one hundred negroes, the majority of whom were naked. The insurgent horses and arms were in very good condition, but their ammunition was scarce. Meat, Vegetables, lemons and oranges were abundant. They have no coffee, but use as a beverage hot water sweetened with honey, which they call "Cuba libre."

A PICKET GUARD EN DESHABILLE.

Three miles in advance of Agramonte's headquarters we met a picket guard of insurgents, consisting of eight white men, dressed only in pantaloons and about one hundred negroes, who were devoid even of that article of clothing, the majority of them being almost naked. Although the whole crowd had only eight pair of pantaloons among them, their horses, arms and equipments were in a fair condition; in fact, in marked contrast with their state of *deshabille*, but ammunition seems to be very scarce with them. I inquired after their mode of living and had their food shown to me. They have meat, with vegetables and oranges and lemons in abundance, but no coffee. Their beverage is hot water, sweetened with honey, which they call Cuba libre.

On my arrival
AT THE HEADQUARTERS OF AGRAMONTE

capire. Semplice in un modo sconvolgente.

Il 13 novembre 1872 il New York Herald a pag. 2 e due giorni dopo il Lebanon Daily News in prima pagina riportavano: "A correspondent, telegraphing from Vista Hermosa, Cuba, on the 9th, says; I have just returned from the encampment of General Agramonte, the Cuban leader, where I went disarmed, accompanied by guides, last thursday. Three miles ahead i saw a picket guard of eight white man, dressed in pantalons only and about one hundred negroes, the majority of whom were naked. The insurgent horses and arms were in very good conditions, but their ammunition was scarce. Meat, vegetables, lemon and oranges were abundant. They have no coffee, but use a beverage hot water sweetened with honey, which they call Cuba Libre". Si raccontava per la prima volta di una bevanda consumata dai "Freedom Fighters", i combattenti volontari americani durante la guerra d'indipendenza cubana contro i colonizzatori spagnoli. La bevanda aveva il nome di Cuba Libre, il nome di un drink sino allora sconosciuto. Hot water poteva essere il termine con il quale si indicava l'acquavite, ossia la risultante dell'ebollizione di una materia prima fermentata? Oppure il succo della canna da zucchero riscaldato con acqua?

Negli stessi anni diverse fonti individuano la composizione di un'altra bevanda comune tra i guerriglieri della parte ovest di Cuba. Veniva chiamata Canchanchara ed era composta da aguardiente, miele e succo di limone. Altre fonti riportano questa bevanda anche nella parte est dell'isola dove ritengono sia



nata. Dunque, se si intrecciano le fonti e si allarga la visione della ricetta ad un vero e proprio modo di bere, diventa plausibile ipotizzare che si parla della stessa bevanda. Bevanda che oggi, con una visione storico-culturale molto più ampia, rappresenta i fondamentali della miscelazione sviluppata sulle isole caraibiche.

Una conferma della tesi circa il significato di hot water potrebbe aversi anche negli anni '20 negli Stati Uniti, quando era vietata la produzione, vendita e consumo di qualsiasi bevanda che contenesse alcol in misura superiore a 0,5°, fatte salve alcune dispense farmaceutiche. In un momento storico in cui la popolazione degli Stati Uniti era sottoposta alle restrizioni e agli effetti del *Volstead Act* venne naturale trovare conforto anche nel consumo di bevande sodate composte da sciroppi dolci, bevande che tutt'ora caratterizzano il gusto degli americani. I testi, talvolta non ufficiali e clandestini, riportavano il nome di "boiled water" oppure "hot water" in sostituzione dei comuni termini usati per indicare gli alcolici.

Il crollo del prezzo dello zucchero nei Caraibi causò una forte sovrapproduzione che rese necessario trovare un utilizzo diverso per la canna da zucchero in eccesso. Nelle colonie francesi d'Oltremare la Martinica aveva un forte esubero di questa pianta. Si scelse di distillare direttamente il succo ottenuto dalla spremitura della canna nel momento massimo della sua espressione zuccherina. Il risultato fu un'acquavite tipica e fortemente caratterizzante di questa isola e di quelle vicino. "Decollage": con questo



nome gli abitanti della Martinica chiamano la bevanda popolare dell'isola, il T Punch, consumata di prima mattina (da qui il nome "decollage", decollo della giornata) composta da Rhum prodotto da succo vergine di canna da zucchero, succo di lime e zucchero (talvolta utilizzando lo stesso *vesou*).

Calando la ricetta nella cultura caraibica ci si trova ancora di fronte alla stessa bevanda incontrata nei testi dell'epoca con il nome di Cuba Libre e di Canchanchara. Inoltre va tenuto conto che Martinica e Cuba furono tra i primi paesi caraibici ad acquistare ghiaccio proveniente dai grandi laghi americani. Il ghiaccio era utilizzato in medicina e per raffreddare le bevande miscelate che nella maggior parte dei casi erano aguardiente, zucchero e lime.

CUBA

NELLA PAGINA ACCANTO, ALCUNE IMMAGINI DELLA CITTÀ; IL RITAGLIO DEL *LEBANON DAILY NEWS* DEL 15 NOVEMBRE 1872 E QUELLO DEL *THE NEW YORK HERALD*, DEL 1872. QUI SOPRA IL CANCHANCHARA E A LATO UNA FOTO STORICA CHE RITRAE THEODORE ROOSEVELT ASSIEME AI FREEDOM FIGHTERS A CUBA DURANTE LA GUERRA ISPANO AMERICANA.



Differenti zone geografiche, acquaviti con diverse caratteristiche, ma il concetto di bevanda rimase lo stesso. Nel Vecchio Continente, un farmacista di nome Angelo



**HIS HOLINESS POPE LEO XIII
AWARDS GOLD MEDAL**
In Recognition of Benefits Received from

VIN MARIANI
MARIANI WINE TONIC
FOR BODY, BRAIN AND NERVES

SPECIAL OFFER - To all who write us mentioning this paper, we send a book containing portraits and endorsements of Emperors, Empresses, Kings, Cardinals, Archbishops, and other distinguished personages.

MARIANI & Co., 52 West 15th St. New York.

FOR SALE AT ALL DRUGGISTS EVERYWHERE. AVOID SUBSTITUTES. BEWARE OF IMITATIONS.
PARIS - 41 Boulevard Haussmann, 1 Boulevard des Capucines, 2 Boulevard St. Michel - 87 St. James St.

VIN TONIQUE MARIANI
A LA
COCA DU PÉROU
LE PLUS AGREABLE ET LE PLUS EFFICACE DES TONIQUES ET DES STIMULANTS.

Les Indiens appellent la Coca Plante Divine et son action physiologique a été tout-à-fait décrite par M. le Professeur Séz qui la range parmi les déaasimilants. M. le Professeur Faturet, le préfère au Quinquina et l'emploie avec succès dans les affections de Laryngite.

PREMIER PRIX
5 fr. LA BOUTEILLE.

Paris. — La **MARIANI** s'est présentée que par le capote et démont qui doit porter le signature de **M. MARIANI**

M. le Professeur Guéneau pense qu'elle apporte au système nerveux la force dont elle est chargée à la manière d'un stimulant, avec cette différence qu'elle ne la cède que lentement et non tout d'un coup.

Dose:
Un verre à foot-deux avant ou après les principaux repas; pour les Enfants un verre à Madère est suffisant.

CUBA'S COMMISSION

Purposes of Its Visit to the Capital of the Nation.

WHAT IT HOPES TO ACCOMPLISH

The Disbandment and Remuneration of the Troops.

GEN. GARCIA'S VIEWS

The commission representing the assembly of Cuba, a body which stands in the same relation to the people of the island as the Continental Congress did to the patriots of the American revolution, arrived in Washington last night from New York. The party comprised Gen. Callixto Garcia, Gen. Jose Miguel Gomez, Col. Manuel Sanguilly, Jose Antonio Gonzalez Lanuza and Jose R. Villalon, members of the commission; Horatio S. Rubens, counselor of the commission; Capt. Richard Kohly, an aid, and a colored Cuban attendant. At the depot the travelers were greeted by Gonzalo de Quesada and Ricardo Diaz Albertini of the Cuban legation here, and Senor Casanova, a member of the Cuban assembly, now in Washington. A warm welcome awaited the Cubans at the Raleigh, where they are quartered, and upon their arrival they were introduced to and refreshed by glasses of the concoction known as the Cuba libre cocktail.

This liquid was served in frosted glasses decorated with small American and Cuban flags, with a sprig of mint between them. The visitors warmly greeted Senora Quesada and her interesting little daughter, who is already regarded as the daughter of the republic, and held quite a levee in the parlors on the second floor, overlooking Pennsylvania avenue, which were assigned to them. Newspaper men were thick as the leaves of Vallambrosa, and an amiable reception was accorded all who came. Generals Garcia and Gomez and Senor Lanuza and Captain Kohly were suffering from severe colds contracted in New York, and the entire party retired early.



Mariani, unì vino e un estratto di foglie di coca creando il Vin Mariani. In Europa il Vin Mariani ebbe un riscontro altamente positivo come bevanda rinvigorente, rinfrescante e tonica. Nel 1886 il Vin Mariani ispirò un farmacista statunitense per la creazione di una bevanda analcolica che di lì a poco

avrebbe travolto e stravolto la cultura americana già conquistata dall'introduzione delle soda *fountain*. Questa bevanda avrebbe preso in seguito il nome di Coca Cola. La cola era l'acqua estratta dall'omonima noce ed utilizzata nella ricetta al posto del vino. In America l'avrebbero chiamata semplicemente Coke.

Negli ultimi anni dell'800 la Coca Cola sbarcò a Cuba al seguito degli americani impegnati nelle vicende isolate. Agli inizi del 1900 la Coca Cola Company vendeva già 4 milioni di litri l'anno sul territorio americano. La Coca Cola divenne così un'icona nella realtà quotidiana degli abitanti del Nuovo Mondo che sarebbe stata esportata in tutto il mondo, Cuba compresa. La nuova soda entrò nel mercato cubano dopo la negoziazione di un trattato di pace tra Stati Uniti e Spagna proponendosi come nuova abitudine di consumo della popolazione dell'isola.



COMISION A WASHINGTON

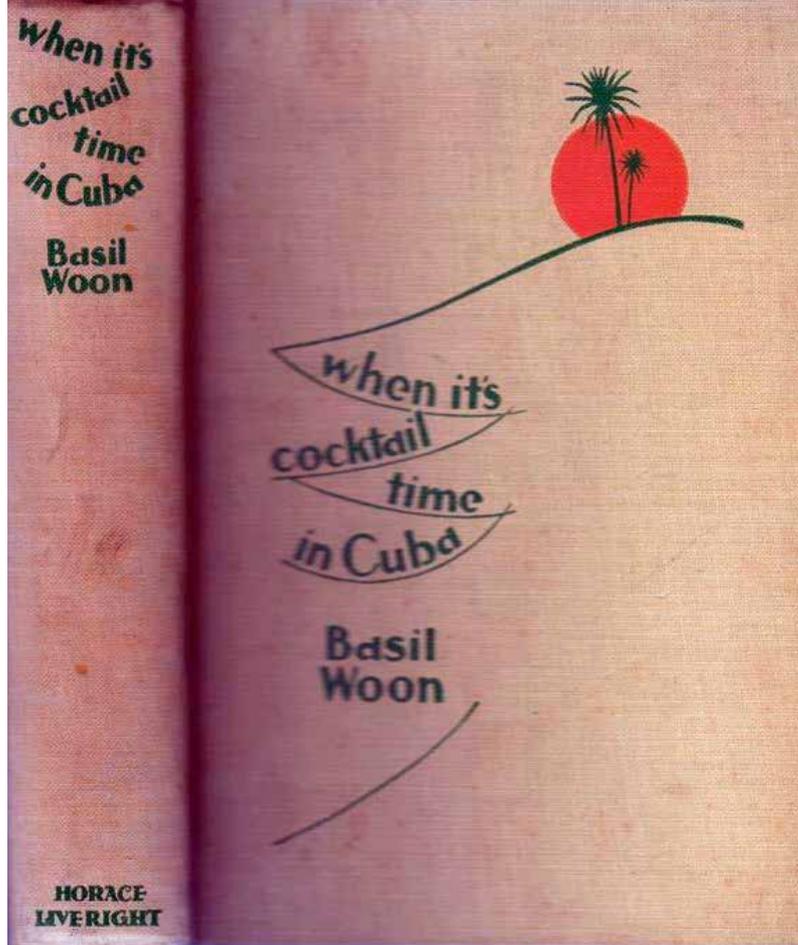
NELLA FOTO, DA SINISTRA A DESTRA SONO, SEDUTI: JOSÉ MIGUEL GOMEZ, CALIXTO GARCÍA IÑIGUEZ (AL CENTRO) JULIO SANGUILY. IN PIEDI: JOSÉ RAMÓN VILLALÓN SANCHEZ, JOSE ANTONIO GONZALEZ LANUZA.

1 Dicembre del 1898 - Evening Star. Glasses decorated with small American and Cuban flags, with a sprig of mint between them.

The commission representing the assembly of Cuba, a body which stands in the same relation to the people of the Island as the Continental Congress did to the patriots of the American revolution, arrived in Washington last night from New York. The party comprised Gen. Calixto Garcia, Gen. Jose Miguel Gomez, Col. Manuel Sanguilly, Jose Antonio Gonzalez Lanuza and Jose R. Villalon, members of the commission; Horatio S. Rubens, counselor of the commission; Capt. Richard Kohly, an aid, and a colored Cuban attendant.

At the depot the travelers were greeted by Gonzalo de Quesada and Ricardo Diaz Albertini of the Cuban legation here, and Senor Casanova, a member of the Cuban assembly, now in Washington. A warm welcome awaited the Cubans at the Raleigh, where they are quartered, and up on their arrival tiny were introduced to and refreshed by glasses of the concoction known as the Cuba libre cocktail.

This liquid was served in frosted.



È comunque importante citare una notizia apparsa il 1 dicembre 1898 sull'Evening Star che narra l'incontro a Washington tra i rappresentanti dell'Assemblea Generale Rivoluzionaria Cubana e il Presidente USA William McKinley. I cinque rappresentanti cubani erano il Generale Calisto Garcia Iniguez, i Colonnelli Manuel Sanguily e José Ramon Villalon Sanchez, il dottor José Antonio Gonzalez Lanuza e il generale José Miguel Gomez che sarebbe poi diventato Presidente di Cuba. Il cronista annotò che al

ricevimento in loro onore tenuto al Raleigh il drink di benvenuto era un cocktail, chiamato Cuba Libre, contenuto in bicchieri ghiacciati sui quali vi erano delle piccole bandiere di Cuba e USA e dai quali usciva un germoglio di menta. Successivamente nell'ormai rarissimo libro "When it's cocktail time in Cuba" del 1928 Basil Woon avrebbe riportato una ricetta del Cuba Libre così descritta: "a highball contrived of Coca Cola and Bacardi Rum. La nuova ricetta sostituiva quindi la parte dolce data dal miele, dallo zucchero o dal vesou con la Coca Cola, bevanda ormai nel cuore degli americani. È così che il concetto primordiale di spirito, dolcificante e nota citrica, tipico della Canchanchara, T Punch e Daiquiri poi, viene fatto proprio dagli americani e rivoluzionato con la Coca Cola che sostituirà la parte dolce tipica dei Caraibi, radicandosi a Cuba come un nuovo modo di bere, più universalizzato e di diffusione mondiale.

Se gli USA appaiono come gli innovatori di un antico modo di bere a Cuba, il nuovo Cubalibre, che sarebbe poi esploso negli Stati Uniti subito dopo il Proibizionismo traslando sul suolo americano il primordiale concetto di bere cubano, deve essere considerato a tutti gli effetti un simbolo importantissimo di quella che oggi chiamiamo la Golden Age Cubana. Questa cocktail culture segnava la ribalta dei drink che avrebbero poi conquistato i bar di tutto il mondo, affermando un vero e proprio concetto di bere il distillato di canna da zucchero.

La Golden Age Cubana è un tassello fondamentale della miscelazione moderna e il Cuba Libre conosciuto oggi non è da considerarsi solo una ricetta, ma una vera e propria visione americana della miscelazione caraibica degli ultimi 200 anni.

Jimmy Bertazzoli

(ha collaborato Fabio Bacchi)

LA RICETTA

CUBA LIBRE AL MOWA

INGREDIENTI

- 5cl RON HAVANA 3Y
- Succo di lime qb
- Coca cola

PROCEDIMENTO

Tecnica. Build. Glass: Bodega max.
Guarnizione: lime wedge. No straw.



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

GUSTO RICERCATO

Piccolo tour tra i distillati più raffinati delle maison blasonate

DI JEAN VALJEAN

Il lusso è innegabilmente legato all'unicità del prodotto che lo rappresenta. I Cognac sono stati i primi distillati a puntare su un mix di storia, sensazioni di sapori antichi e packaging lussuoso ed esclusivo. Esclusività, raffinatezza e ricercatezza in ogni minimo dettaglio, a volte esasperate, altre inseguite o programmate in base a precise strategie di mercato in momenti che sfuggono alla normale comprensione. Oppure il desiderio di tributare e commemorare i fondatori di una storia che dura da centinaia di anni, uomini visionari che hanno dedicato la vita a quella che per loro era la missione da adempiere nella vita.

Gli esclusivi Cognac che seguono sono una parte importante di storia e passione

che si sono sviluppate nel buio di cantine inaccessibili ai comuni visitatori. Ne abbiamo scelto alcuni, non i più lussuosi ed esclusivi, il Cognac più costoso è quotato 2.300.000,00 USD, ma quelli che ancora oggi sono il simbolo delle *maison* che alimentano il primo distillato che ebbe accesso alle corti di tutto il mondo.

Rarissimi da reperire, con prezzi che vanno al di là del mercato ufficiale, spesso imbottigliati solo su richiesta, oggi sono destinati solo a bar di hotel di lusso o outlet che hanno uno stretto rapporto di collaborazione con le *maison*, solo in alcuni duty free di importanti aeroporti internazionali di alto profilo, o semplicemente per clienti molto speciali per i quali il lusso non è mai abbastanza.





LOUIS XIII BLACK PEARL ANNIVERSARY

Louis XIII, della *maison* Rémy Martin, è presente sul mercato in diverse edition. Ma il top della gamma è costituito da un gioiello che possiamo definire raro e prezioso, proprio come una perla nera. Sono 775 i decanter numerati di Rémy Martin Louis XIII Black Pearl Anniversary Edition che la *maison* ha immesso sul mercato. Il Cognac è stato assemblato con circa 1200 acquaviti provenienti tutte dalla Grande Champagne, di età comprese tra i 40 e 100 anni di età e che sono state accudite da quattro generazioni di cellar master. L'occasione è stata la celebrazione dei 140 anni del brand Louis XIII creato da Paul Emile Rémy Martin nel 1874. L'assemblage è stato rifinito, per un anno, nel centenario tiercon C-100-93 di quercia Limousin allocato nella riserva della cantina del Domaine de Merpins della famiglia Heiard Dubreuil. Negli ultimi 100 anni sono state solo tre le *release* assemblate in queste preziosissime botti.

Al naso, dopo pochissimi minuti, si apre con aromi floreali e fruttati, fiori di campo, mele verdi. Al palato è una sinfonia di aromi che esplodono sulla lingua: mirra, miele, prugne, legno, albicocca, passion fruit e cuoio che si prolungano con un finale piacevolmente acidulo. Il prezioso decanter è realizzato dalla *Maison* Baccarat e alla realizzazione di ogni singolo esemplare concorrono venti singoli artigiani specialisti. Si tratta di una vera opera d'arte ottenuta placcando la bottiglia di puro cristallo con sottilissimi strati di materiali preziosi, titanio, oro e carbonio, che ricoprono la bottiglia donando il bellissimo e riflettente colore antracite in ricordo della fiaschetta che Paul Emile Rémy Martin acquistò nel 1850 e alla quale il decanter è ispirato. La fiaschetta con il tappo riproducente il "fleur de lys" simbolo reale francese, fu ritrovata sui luoghi della battaglia di Jarnac (1569) e il nome del brand, Louis XIII, era un omaggio al sovrano regnante durante quel periodo, e padre del futuro Re Sole.



OR DE MARTELL

Luigi XIV, passato alla storia come il Re Sole, per la magnificenza che seppe applicare alle arti espressive in Francia durante il suo regno, morì il primo settembre 1715 a Versailles. Re Sole lasciò in eredità ai francesi il gusto e il senso della bellezza. Nello stesso anno il giovane mercante Jean Martell, fondò a Cognac quella che è oggi la più antica delle grandi *maison* di Cognac che si avvia a festeggiare i suoi 300 anni di attività. Il decanter di Or de Martell è stato disegnato con la consulenza dell'agenzia Dragon Rouge immaginando una goccia di distillato sormontata da un arco con disegni arabeschi dorati. Gli autori di questo capolavoro sono gli artigiani del cristallo di Sèvres. Il decanter viene poi accolto nell'elegante box "Dome" disegnato dall'interior design e architetto francese Eric Gizard che ha tratto ispirazione dall'Art Deco Contemporanea mescolando tradizione e modernità.

Or de Martell è ottenuto assemblando più di 400 acquaviti, alcune centenarie, ottenute dalle vigne di Borderies e Grande Champagne per avere corpo e grande struttura. Al naso emergono note esotiche ed agrumate, frutta di bosco e sentori speziati che si ripresentano al palato dove emerge la grande struttura del prodotto, rotondo, vellutato e morbido.

Sin dall'apparizione del celeberrimo Martell Cordon Bleu nel 1912 la *maison* non ha mai smesso di ricercare la quintessenza della distillazione da far maturare nel proprio "paradise". Maison Martell conserva ancora delle acquaviti datate 1830 nella speciale sezione, chiamata Jean Martell, delle proprie cantine. Da non confondere con il precedente Martell l'Or.



ART DE MARTELL

Altro gioiello di Martell Cognac rilasciato nel 1997 per commemorare il ritorno di Hong Kong alla Cina. Il mercato asiatico è particolarmente importante per i Cognac e in particolare per quelli più prestigiosi. Art de Martell è stato imbottigliato in 1997 decanter numerati. Il decanter è stato immaginato da Thierry Lecoule e realizzato in cristallo e pasta di vetro dagli artigiani delle cristallerie Daum. Jean Martell lanciò il suo VSOP nel 1831 ma Art de Martell, realizzato con vini della Grande Champagne e di Borderies, è considerato il testamento della famiglia Martell. Il prodotto è un tributo al Cognac e all'arte contemporanea. Elegante, complesso e bilanciato si caratterizza per un palato al quale si rivelano note di frutti scuri di bosco e nocciola.

DELAMAIN LE VOYAGE

Nel 1759 James Delamain, un giovane irlandese, si recò in Francia in cerca delle origini dei suoi avi. Nel 1762 divenne socio del suo patrigno, Isac Ranson, che da Jarnac già commercializzava Cognac che esportava verso Olanda e Irlanda sin dal 1725. Nel 1824 suo figlio, Henry Philippe Delamain, fondò insieme ai cugini Rouillet la *maison* Rouillet & Delamain che sarebbe divenuta Delamain & Co nel 1920. La *maison* è specializzata nella maturazione di Cognac esclusivamente prodotti nella Grande Champagne e selezionati presso piccoli produttori di micro territori. Pur avendo rapporti di lunghissima data con i produttori, la *maison* non ha contratti in esclusiva in quanto solo i prodotti distillati che superano severi assaggi vengono avviati alla maturazione nelle cantine Delamain. Difatto, Delamain seleziona giovani Cognac dei quali si prenderà cura facendoli maturare nelle proprie botti e cantina.

Delamain produce solo Cognac e non imbottiglia mai prodotti sotto i 30 anni di invecchiamento. I discendenti della famiglia si sono distinti non solo per avere continuato l'attività del fondatore, ma anche nei campi artistici e letterari. Il libro



“History of Cognac” scritto da Robert Delamain nel 1935 è considerato ancora oggi un capolavoro del settore.

L'esclusività di Delamain è costituita da Le Voyage, *release* imbottigliata in 500 cristal decanter numerati di Baccarat e ottenuta da distillati in alcuni casi centenari. Le Voyage è un caleidoscopio di sensazioni che vanno dal cuoio a note esotiche e tropicali, dal muschio al fruttato, dal tabacco al caffè in un viaggio estremamente complesso sulle note di aromi di tutto il mondo. Il decanter è confezionato in un suggestivo box che ricorda il di una vecchia macchina fotografica. Il nome, Voyage, è simboleggiato nella varietà di sensazioni e nel suo particolarissimo design.



HARDY LE PRINTEMPS

La *maison* Hardy fu fondata nel 1863 dall'inglese Anthony Hardy, mercante di vino e spiriti che rapito dal suo amore per la Francia cambiò il suo nome in Antoine. Antoine adottò anche il coquerel, il simbolo del gallo, come emblema della *maison*. Hardy Cognac ha festeggiato con questa preziosa *release* il suo 150° anniversario. Hardy Le Printemps è prodotto in 400 esemplari ed ottenuto assemblando Cognac della Grande Champagne con invecchiamenti degli inizi '900 e selezionati tra il 1920 e la fine della seconda guerra mondiale da Armand Hardy.

La *maison* iniziò già nel 1981, con Perfection Carafe, le *release* di limited edition in decanter realizzati da Daum prima e Baccarat poi. Prima del 1981 mai nessuna *maison* di Cognac aveva dedicato tanta attenzione all'uso di preziosi decanter.

Nel segno di una progressiva collaborazione con i grandi artigiani del cristallo il decanter di Le Printemps è realizzato dalle cristallerie Lalique, con il quale sono avviate altre tre operazioni che riguarderanno *release* con i nome delle altre stagioni. Il decanter è ispirato a una bottiglia di profumo che Lalique creò agli inizi del 1900 con sinuose forme femminili e con il particolarissimo stopper di cristallo scolpito sul quale risaltano colorati riflessi verde mandorla.

Le quattro *season release* sono programmate sul mercato a intervalli biennali. Ottenuto con distillati della Grande Champagne, Le Printemps si presenta al palato con note floreali, corpo pieno e vibrante.

La *maison* è oggi guidata dalla quinta generazione nella persona di Bénédicte Hardy.

CAMUS CUVÉE 3.140

Maison Camus è in attività dal 1863, quando Jean Baptiste Camus con altri soci fondò la Camus – Le Grand Marque, e oggi è proprietaria di molti vigneti nella zona di Borderies. Nel 1910 la *maison* ottenne lo status di fornitore ufficiale della corte di Nicola II, ultimo zar di Russia. Cyril Camus, rappresentante della quinta generazione, descrive questa *release* come il prodotto delle più rare acquaviti

della *maison*. Un blend di Cognac ottenuti da vini della Grande Champagne, Petit Champagne e Bon Bois sono assemblati e presentati nel decanter disegnato dallo scultore francese Serge Mansou e realizzato dagli artigiani di Baccarat in 950 esemplari. Il cordone che arricchisce il decanter è impreziosito da una foglia d'oro.

Cuvée 3.140 è la quarta *release* di Camus e al suo assemblage concorrono 3 grandi Cognac: Grande Champagne di età non inferiore ai 65 anni, Petit Champagne non inferiore a 39 anni e Bon Bois di 36 anni, tutti provenienti da 3 diverse cantine. In questi numeri si spiega l'origine del nome: 3.140, dove 3 sta per i distillati e per le cantine nelle quali maturano, 140 per il totale degli anni di invecchiamento dei distillati. Le note di gusto descrivono un Cognac eccellentemente bilanciato con note citriche, di prugna e legno che creano un ottimo contrasto al palato. Il finale è lungo con note speziate, di gelsomino, limone e frutta secca.





FRAPIN CUVÉE 1888

I Frapin sono una famiglia di vignaioli della Grande Champagne sin dal 1270 e della quale posseggono la tenuta più grande. Frapin Cuvée 1888 è l'omaggio della *maison* al fondatore Pierre Frapin che nel 1888 selezionò la cuvée che vinse la medaglia d'oro all'Esposizione Internazionale di Parigi dell'anno successivo e che è ancora oggi conservata nel relais di Segonzac.

Nell'assemblage di questo prezioso Cognac il master cellar Patrice Piveteau ha sposato distillati antecedenti il 1888, conservati gelosamente di generazione in generazione, provenienti dalla cantina di Chateau de Fontpinot, e prodotti con un'alta percentuale di vitigno Folle Blanche. Questo vitigno oggi è quasi scomparso del tutto. Il decanter, 1888 esemplari, è creato dalle Cristalleries Royales de Champagne impreziosito da una spirale e da uno stopper placcati d'oro 24K. La spirale rappresenta il lento scorrere del tempo di cui il Cognac ha bisogno per maturare ed è stata realizzata da Etains d'Anjou. Il box che contiene il decanter è prodotto con legno pregiato, ricorda un cigar humidor e al suo interno vi è un cassetto estraibile che cela la riproduzione di un antico orologio da tasca dell'epoca e al cui interno è contenuto un'essenza profumata per un ideale accompagnamento al tasting. Infatti, la *maison* Frapin annovera tra i suoi prodotti anche una collection di essenze profumate. Tra queste, "1270" rende omaggio alle origini della famiglia e alla Folle Blanche. Frapin Cuvée 1888 ha un bouquet sontuoso e complesso con sentori di frutta secca, uva e prugne, marmellata. Al palato si rivelano anche note balsamiche e torrefatte, di caffè, cacao e fave di tonka.

HINE 250

La famiglia Hine commerciava in vini e liquori in Inghilterra già nel 1700. Era il 1791 quando il sedicenne Thomas Hine fu spedito da suo padre in Francia per imparare il francese e l'arte del fare il Cognac. Alla morte del padre la madre scelse Thomas, tra 11 fratelli, per guidare il business di famiglia. Nel 1817 Thomas Hine rinominò l'azienda di famiglia in Thomas Hine & Co. Il progetto Hine 250th per la celebrazione del 250° anniversario della *maison* cominciò a prendere forma nel 2005.

Per questa *release* il master cellar Eric Forget ha scelto un vintage Cognac Grande Champagne del 1953 di eccezionale qualità e già selezionato da Francois e Robert Hine, che guidavano la distilleria all'epoca, che lo avevano scelto per la loro family reserve. I 60 anni del vintage scelto si presentano al naso con una ricchezza eccezionale, un grande corpo al palato e un fina-

le pieno, ricco, forte e speziato. La fine armonia di questo Cognac è un tesoro fruttato, nota particolarmente difficile da trovare in un singolo Cognac così vecchio. L'elegantissimo decanter, disegnato con un taglio diamante è stato immaginato da Andrée Putman e realizzato dalla cristalleria Baccarat in 250 esemplari. Il fondatore Thomas Hine era cittadino inglese e ancora oggi *maison* Hine è orgogliosamente l'unica distilleria ad avere il Royal Warrant di fornitore ufficiale della corona dal 1962. Per questo motivo il primo decanter della *release* è stato destinato a S.A.R. Elisabetta II.



MARTELL PREMIER VOYAGE

Trecento anni sono tanti e l'occasione si presenta una sola volta. La limited edition Martell Premier Voyage è la commemorazione della più antica *maison* di Cognac.

Il crystal decanter di Sèvres è impreziosito dai simbolici archi disegnati dall'artista francese Bernard Venet che rappresentano i tre secoli di storia della *maison*. Il cellar master Benoit Fil ha

studiato la corrispondenza di Jean Martell con i primi fornitori di uve, tra il 1735 e il 1742, per individuare le zone dalle quali Jean Martell traeva le uve migliori. Benoit ha tracciato una mappa originale dei fornitori e dei loro territori e, trecento anni dopo, ha assemblato questo gioiello con 17 acquaviti provenienti dalla Grande

Champagne e una da Borderies, e messi a riposare in una botte realizzata con legno di alberi tre centenari provenienti dalla foresta di Les Bertranges.

Martell Premier Voyage contiene acquaviti tra le più vecchie della *maison*, alcune bicentinarie, ed è riposto in un luogo delle cantine dove solo pochi hanno accesso e conosciuto come Chai Jean Martell. Premier Voyage può essere definito una fotografia storica della *maison*. L'ulteriore eccezionalità di questo Cognac è data dal fatto che viene imbottigliato solo su singola richiesta, previo contatto con la *maison*, numerato e personalizzato per l'occasione.





HINE TALENT

Per ricordare l'arrivo del fondatore Thomas Hine in Francia, nel 1991, Bernard e Jacques Hine assemblarono questa *release* confezionandola in decanter Baccarat decorati con riporti in argento e numerati a mano. I decanter sono custoditi in box cigar humidor realizzati in mogano dell'Honduras ed ebano Macassar indiano trattati con inserti violacei. Il set è completato da 4 snifter speciali. Hine Talent è un assemblage di Grande Champagne.

HENNESSY BEAUTÉ DU SIECLE

La *maison* fondata da Richard Hennessy nel 1765 ha realizzato solo 100 esemplari di questa *release* con un blend di acquaviti che hanno tra i 45 e 100 anni d'invecchiamento. Il box custodisce un decanter Baccarat immaginato come un fiasco ed è disegnato dall'artista Jean-Michel Othoniel che ha reinterpretato un cestino per liquori. Yann Fillioux, master cellar, assemblò cento acquaviti, la più vecchia era del 1907, come omaggio all'allora Presidente Kilian Hennessy.

Beauté du Siècle fu presentato il 1 marzo 2007 durante un party privato al Musée des Art Creatifs di Parigi. Dieci tra artisti e artigiani hanno lavorato alla realizzazione del progetto. Il cestino è una struttura di alluminio trattato con delle pareti di vetro a specchio aureolato è sormontato da due perle in vetro di murano realizzate dall'artigiano Salviati. Il box si apre premendo un pulsante a forma di stella e al suo interno, come inno alla bellezza del secolo, nasconde anche un album con le donne più famose della Belle Epoque.

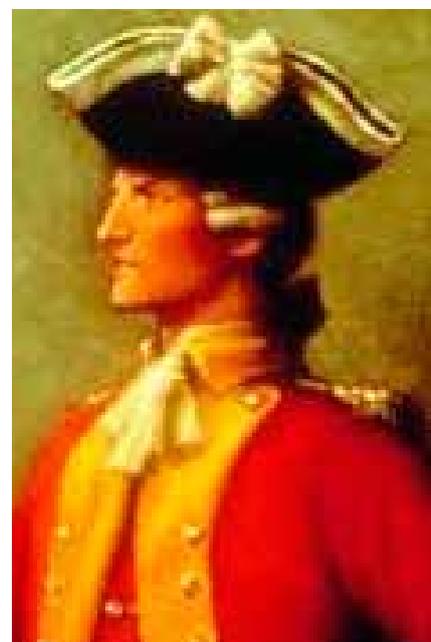




JENSSEN ARCANA

I Cognac Jussen sono prodotti nella tenuta di Le Maine Pertubaud, proprietà del norvegese Georg Jussen, che conta solo 25 ettari ed è inclusa nel triangolo d'oro della Grande Champagne. Jussen Arcana è un unblended Grande Champagne di 98 anni d'età imbottigliato solo su richiesta da una botte che non viene ricolmata in seguito all'evaporazione della part des anges. Dal 2004 sono stati imbottigliati 300 decanter. Al naso è delicatamente speziato e fruttato con note di legno. Al palato è complesso ma molto equilibrato, con note di legno nocciola ammorbidite da sapori fruttati.

Jean Valjean



FONDATORI

IN ALTO A SINISTRA JEAN MARTELL;
A DESTRA THOMAS HINE.
AL CENTRO A SINISTRA JEAN BAPTISTE CAMUS;
A DESTRA RICHARD HENNESSY.
IN BASSO A SINISTRA PHILIPPE HENRY DELAMAIN;
A DESTRA ANTOINE HARDY.

ERBE MAGICHE

Le Artemisie italiane nella classificazione di Fausta Balzac

DI GIULIA ARSELLI



I Vermouth deve il suo nome all'Assenzio, in tedesco Vermut, che viene usato nella sua preparazione e al quale conferisce quel particolare sapore amaro. Il Génèpi, liquore aromatico, lo deve ai Génèpis, *Génèpi vrai* e *Génèpi noir*, nomi con i quali sono identificate le *Artemisie glacialis*, *spicata* o *mutellina*.

Nella sua "Enologia toscana nel 1773" Giovanni Cosimo Villafranchi fa risalire l'origine del Vermouth all'epoca di Plinio. Cicerone citava l'*Absinthiatum Vinum* nel tempo

in cui i bettolieri vendevano l'*Absinthites*, vino al quale l'assenzio aveva rilasciato il tipico sapore amaro. Le virtù di un buon Vermouth sono molte e molto di queste dipendono proprio dai principi amari estratti dalle foglie e dai fiori delle principali Artemisie. Le sostanze che servono ad aromatizzare i Vermouth sono di natura vegetale; foglie, fiori, semi, radici, cortecce, tutte di piante diverse. Non è il numero o la quantità di sostanze aromatiche impiegate che hanno valore nella buona riuscita di una ricetta, bensì, la capacità dello speziale di sceglierle e armonizzarle tra loro.

Nella produzione dei Vermouth le più importanti di tutte sono le Artemisie o Assenzi. Esse fanno parte di una famiglia molto vasta ma solo alcune sono preferibili per finezza di profumi e di sapori aromatici. Tra queste; l'*Artemisia pontica*, la *vallesiaca*, l'*arbutanum* e l'*arborescens*. Per il Génèpi si usano essenze estratte da fiori e foglie di Artemi-



sia *glacialis*, *A. spicata*, e *A. mutellina*, che crescono in tutto l'arco alpino intorno ai 2.500-3.000 mt. e sono comunemente indicate con il generico nome volgare di Génépi. Nel tempo, per diverse cause, tra cui l'eccessivo sfruttamento delle piante con aumento dei prezzi e relativa ricerca di costi più competitivi, si rese necessaria la sostituzione totale o parziale di alcune Artemisie con alcune più comuni e meno pregiate come l'Assenzio maggiore o *Artemisia Absinthium*, con aromaticità molto acuta e intenso sapore amaro.

A causa di ciò la sostituzione delle Artemisie scelte con l'*Artemisia Absinthium* molto più facile a trovarsi, divenne un vero abuso e in alcuni casi una sofisticazione illegale. In un periodo storico durante il quale il Vermouth aveva aperto mercati enormi, per i produttori sempre più bisognosi di piante per sostenere la produzione era spesso molto difficile riconoscere le Artemisie perché molte venivano vendute sotto forma di polvere. Per tale riconoscimento sarebbe stato utile avere degli adeguati studi morfologici ed anatomici delle singole piante che all'epoca ancora non esitevano in maniera dettagliata.

Nel 1915, Fausta Balzac, studiosa di scienze naturali e mineralogia intraprese lo studio delle Artemisie italiane concentrandosi sulle specie comunemente usate nella produzione di Vermouth e Génépi. Con i suoi studi, la Balzac scoprì come era effettivamente difficile riconoscere le Artemisie prese in considerazione. Così si procurò piante fresche ed essiccate delle stesse specie, sulle prime si concentrò per lo studio dei caratteri morfologici macroscopici di foglie, steli e fiori, sulle seconde per studi microscopici dei tessuti. In alcuni casi dovette ricorrere a delle macerazioni. Faceva bollire fiori e foglie, per qualche



ora, in idrato di potassio. I resti spappolati venivano sciacquati con acqua fredda e passati al microscopio grazie al quale si poteva osservare la forma delle cellule e misurarle per poi fare una comparazione. In altri casi inceneriva foglie e fiori la cui cenere veniva trattata con acido cloridrico, decantata e osservata. Fausta Balzac scrisse un trattato talmente particolareggiato da essere accluso negli annali della Reale Accademia di Agricoltura di Torino nel 1915.

Artemisia absinthium (Assenzio maggiore o comune), pianta con forte odore aromatico e sapore amarissimo. Nei suoi fiori si trova l'*Absintina*, sostanza amara utile come tonico digestivo che, unita all'*Absintolo*, contenuto nelle foglie, era utilizzata per la preparazione dell'estratto per Vermouth. Per questo scopo la pianta doveva essere raccolta prima che si schiudessero i fiori.

Artemisia vallesiaca, un tempo molto comune in Piemonte, e poi coltivata e protetta nell'Orto Botanico di Torino, aveva sapore amaro e odore aromatico debolmente canforato, compresa tra le principali Arte-



ARTEMISIA VALLESIACA



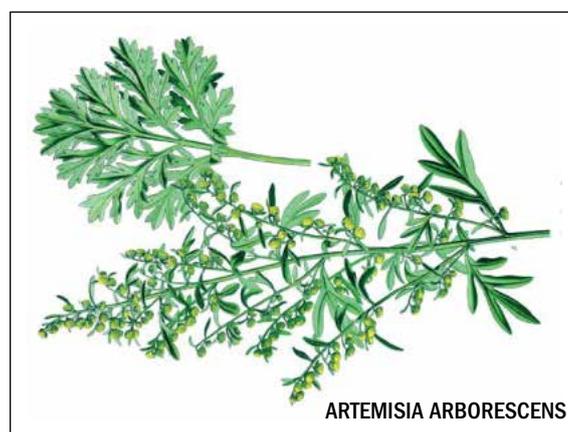
ARTEMISIA PONTICA



ARTEMISIA MUTELLINA

misie usate per la produzione di Vermouth.

Artemisia pontica (Assenzio gentile) pianta perenne originaria dell'Europa centro-orientale, ha forte odore aromatico amaricante, più piacevole di quello dell'*Absinthium*, ma con un sapore meno amaro e

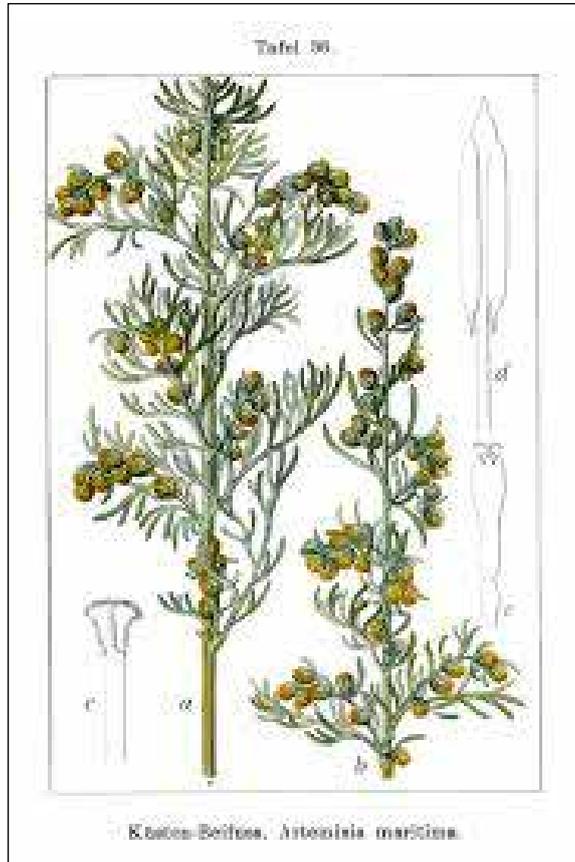


ARTEMISIA ARBORESCENS

del quale ha le stesse qualità.

Le **Artemisia mutellina** (Génépi blanc) e **glacialis** (Génépi des Alpes), crescono spontaneamente e per le loro proprietà vengono usate particolarmente nella produzione del Génépi.

Artemisia arborescens, cresce spontaneamente in località costiere e vicino al mare. Presente in località del Golfo di Napoli, e in tutte le isole italiane eccetto quelle dell'arcipelago toscano. Pianta con un intenso profumo aromatico piccante utilizzata per il Vermouth.



Artemisia maritima (Assenzio marino), contrariamente al suo nome non cresce al mare ma sulle colline toscane. Ha proprietà simili all'*Absinthium* ed è usata per aromatizzare il sale per la pastorizia.

Artemisia camphorata, il cui nome presagisce l'odore di canfora.

Artemisia abrotanum (Brotano), ha odore indistinto tra il cedro e la canfora con sapore acre ed amaro. Contiene olio canforato e ha le stesse proprietà dell'Assenzio ma in minor quantità.

Artemisia spicata (Génépi noir), amarissima ed aromatica è utilizzata per la produzione del Génépi.

Artemisia dracunculus (Estragon o Dragoncello), originaria della Russia. Per il suo gradevole profumo viene utilizzata per usi alimentari in cucina.

Artemisia vulgaris, (Assenzio selvatico), cresce nei campi e nelle siepi, dal mare alla regioni submontane d'Italia.



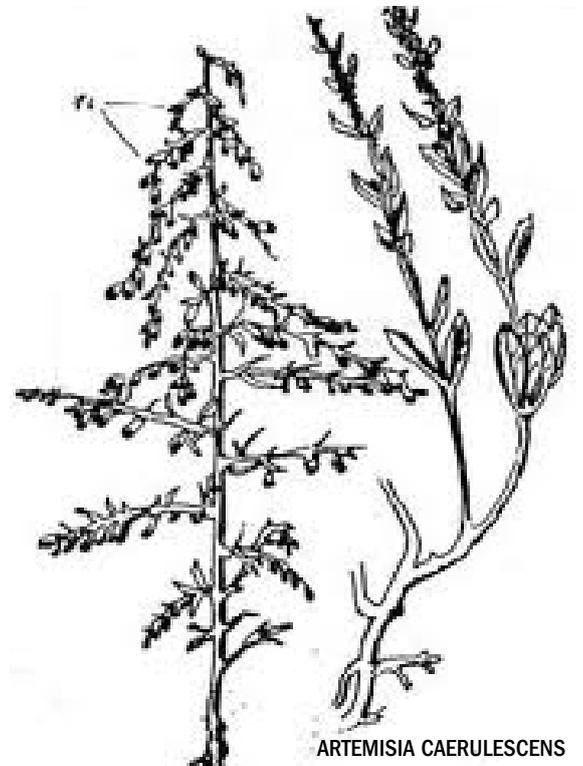
ARTEMISIA SPICATA



ARTEMISIA DRACUNCULUS



Artemisia vulgaris L.



ARTEMISIA CAERULESCENS

Artemisia caerulescens (Erba S. Maria) dal colore quasi celeste, cresce lungo le coste mediterranee. Anch'essa è usata per la produzione del Vermouth.

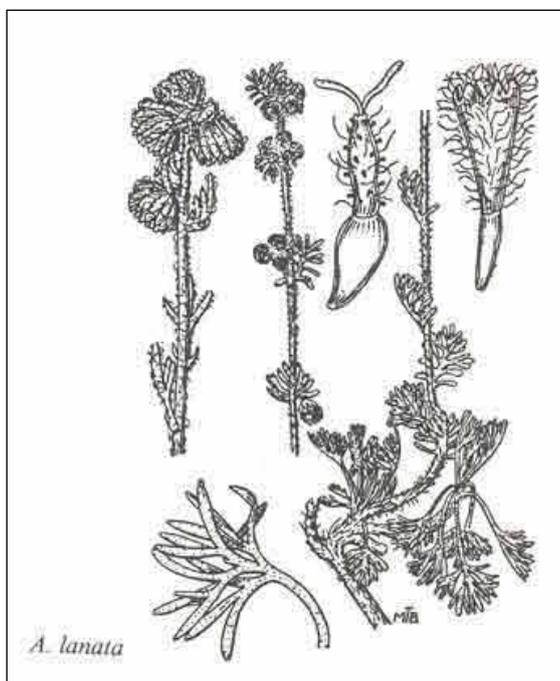
Artemisia nana o **Artemisia helvetica**, **Artemisia chamaemelifolia**, **Artemisia pedemontana** o **lanata**, **Artemisia tanaacetifolia**.

Fausta Balzac, notò che in tutte queste

piante i caratteri morfologici particolarmente costanti erano quelli delle radici, e che per apportare il loro contributo di oli eterei, e quindi di profumi e sapori insiti specialmente nei fiori, dovevano essere raccolte prima che raggiungessero la completa fioritura. Alla fine dei suoi studi compilò una chiave analitica delle specie che si era posta di classificare: le Artemisie italiane usate nell'industria e in commercio, essiccate parzialmente o in polvere, che furono



ARTEMISIA HELVETICA



A. lanata



ARTEMISIA TANACETIFOLIA

rigorosamente divise in due gruppi, quelle per i Vermouth e quelle per i Génèpi.

Per il Vermouth venivano classificate le *Artemisia absinthium*, *arborescens*, *abrotanum*, *caerulescens*, *maritima* e *pontica*.

Per il Génèpi le *Artemisia glacialis*, *mutellina* e *spicata*.

La studiosa annotò che nelle polveri utilizzate per la produzione di Vermouth e Génèpi le quantità di Artemisie utilizzate determinavano dei cambiamenti conside-

revoli di vini e liquori. I produttori non concedevano i campioni di polveri per evitare che venissero analizzati. Con caparbità e grazie all'aiuto del professor Oreste Mattirollo del Real Orto Botanico di Torino, la Balzac entrò in possesso di quattro campioni utilizzati per la preparazione di quattro diverse marche di Vermouth. Per precisione dobbiamo dire che il termine polvere veniva utilizzato per indicare frammenti di piante relativamente grandi e non impalpabili come si potrebbe immaginare. La studiosa scoprì così che i quattro campioni erano così composti:

1° composto: *Artemisia absinthium* e *pontica*

2° composto: *Artemisia absinthium*, *pontica* e *vallesiaca*

3° composto: *Artemisia absinthium*

4° composto: *Artemisia absinthium* e *pontica*

La tradizione spesso nasconde inconfessabili segreti. Un estratto dello studio fatto dalla Balzac fu pubblicato nel 1916 da Vincenzo Bona, tipografo della Real Casa. Il titolo: "Le Artemisie dei Vermouths e dei Génèpis".

Giulia Arsellì

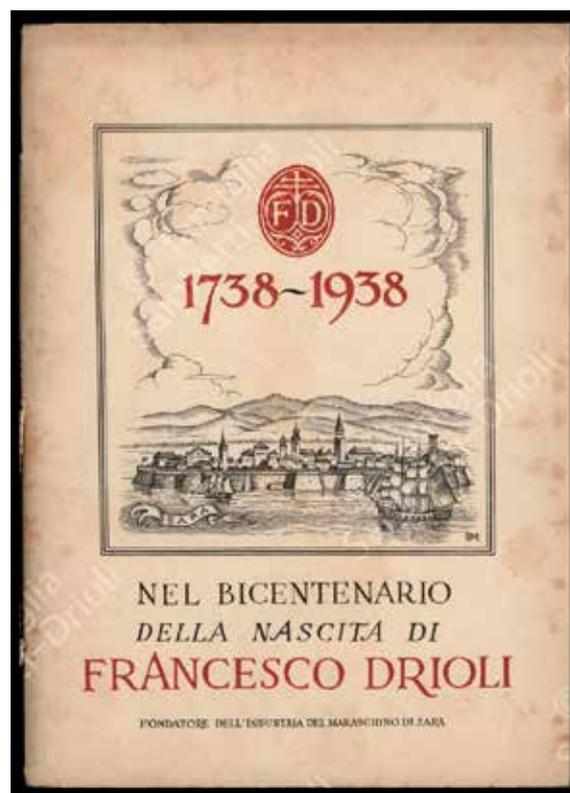
IL MARASCHINO CHE VISSE DUE VOLTE

Un lancio di dadi e una guerra devastante nel destino della prima azienda liquoristica italiana

DI **FABIO BACCHI**

Vi sono liquori che hanno una storia che è parte della cultura nazionale di un paese. La storia di questa affascinante azienda, oggi scomparsa, dimenticata e sconosciuta, è parte della storia dalmata. Nei suoi archivi è custodita una parte della memoria di una terra che è rimasta nel cuore di molti italiani. È una storia che parte da molto lontano, da un'Italia che ancora non esisteva, quasi la sceneggiatura di una fiction d'annata. È la storia del Maraschino Drioli, il primo Maraschino d'Italia, quasi certamente la più antica azienda liquoristica italiana.

Nel 1612, le valli bergamasche e il loro circondario diventano territorio della Repubblica Veneta. Da questa terra, agli inizi del 1700, un mercante di cerer, tal Iseppo Salghetti, parte verso la città di Zara, in Dalmazia, dove già si era stabilita una comunità di bergamaschi impegnati in numerose attività economiche. Iseppo Salghetti si sposerà e avrà una figlia, Antonia, che a sua volta sposerà Francesco Drioli, un giovane ventunenne che nel 1759 era riuscito a



perfezionare antiche tecniche speciali e ad affermarsi come uno dei migliori produttori di rosolio di marasche prodotte e raccolte a Jesenice, nel circondario di Almissa a Zara.

Francesco Drioli era nato a Isola d'Istria



nel 1738 da una modesta famiglia. Al segreto della distillazione sembra fosse stato avviato dal veneziano Giuseppe Carceniga a cui si doveva la notorietà del Maraschino di Zara. Lo speciale era una professione allo-

ra molto prestigiosa e l'attività permetteva notevoli guadagni. Nel 1797 l'inizio della dominazione austriaca dette un notevole impulso alla produzione che poté espandersi in tutto il territorio asburgico e nel 1803



Francesco Drioli ottenne l'autorizzazione a fregiare le bottiglie con lo stemma dell'Aquila imperiale asburgica. Nel 1805 arrivò la dominazione francese e Drioli, sostituì l'insegna imperiale austriaca con l'Aquila francese.

La Drioli è il primo esempio di azienda liquoristica dalmata e italiana finalizzata a un mercato esteso, con strutture finanziarie, amministrative e commerciali. Il prototipo dell'azienda liquoristica italiana. Francesco Drioli sarebbe diventato viceconsole del Regno di Spagna, poi dello Stato Pontificio e del Regno di Napoli. L'unione matrimoniale dei due coniugi non generò eredi e nel 1808, poco prima di morire, Drioli designò suo erede il nipote Giuseppe Salghetti, già impegnato nell'azienda. L'eredità era soggetta a delle condizioni: Giuseppe doveva aggiungere al suo anche il cognome Drioli, lasciare lo stesso nome alla fabbrica e non trasferire la sede da Zara. In virtù di queste



volontà testamentarie la famiglia prese il nome di Salghetti Drioli.

Giuseppe Salghetti Drioli avrebbe ricoperto anch'egli importanti cariche governative, sarebbe diventato un alto funzionario dell'impero austriaco, preoccupandosi di ordinare l'archivio aziendale, raccogliere





Giuseppe sposò Giuseppina Bassan di Fiume, appartenente alla potente famiglia del primo governatore civile e militare della Dalmazia. Il matrimonio suggella l'ingresso nell'alta società di Giuseppe Salghetti Drioli che nel 1822 viene, però, improvvisamente a mancare. Giuseppina rimasta vedova giovanissima e con due figli piccoli, Francesco e Giovanni, dimostrerà inaspettate doti commerciali prendendo in mani le redini dell'azienda e difendendola dalle mire affaristiche e prive di scrupoli di Ignazio Alberti, socio amministratore, sino ad ottenere l'allontanamento dello stesso dalla fabbrica con l'intervento del tribunale di Zara.

documenti e ricette del defunto Francesco Drioli e organizzare una estesa rete commerciale con corrispondenti residenti nelle più importanti città degli stati della penisola italiana. Non solo. Nell'impero austriaco, nei territori inglesi, in Russia, a Londra e, da qui, fino in America.

I due figli di Giuseppina Drioli, almeno inizialmente, non manifestarono grande interesse per l'attività dei genitori, erano attratti dallo studio delle arti. Francesco, che era stato avviato allo studio di industria e commercio a Trieste manifestò interesse per la pittura, si trasferì a Roma



DRIOLI

Maraschino di Zara

La più antica fabbrica
di liquori esistente in Italia

FONDATA NEL 1768





per coltivare la sua passione ma nel 1843 fu costretto a rientrare a Zara a causa di un'infermità che aveva colpito la madre. Suo fratello Giovanni aveva intrapreso la carriera di musicista.

Nel 1845 Giuseppina Drioli sancisce il passaggio di poteri ai figli con un atto so-

lenne davanti a un notaio; la consegna della ricetta segreta del rosolio di marasche a coloro che prenderanno le redini dell'azienda. Ma, davanti a tali interessi, gli eventi si complicano. Secondo le volontà del padre dei due ragazzi, Giuseppe Salghetti Drioli, uno solo avrebbe do-

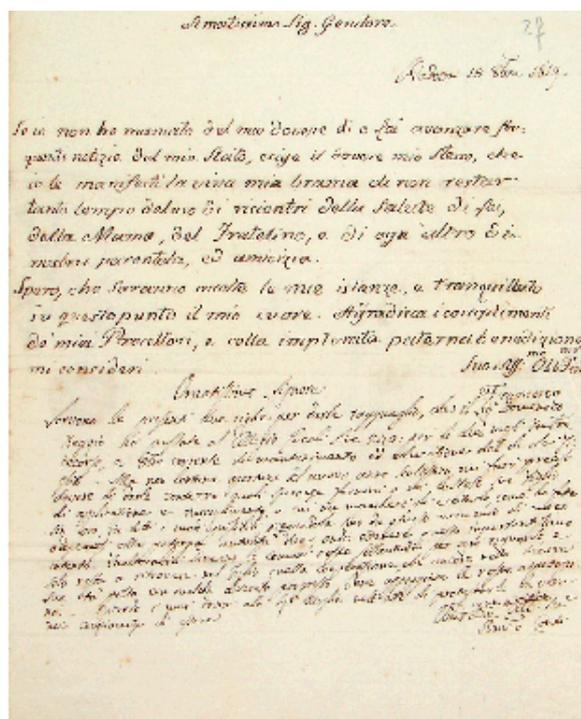
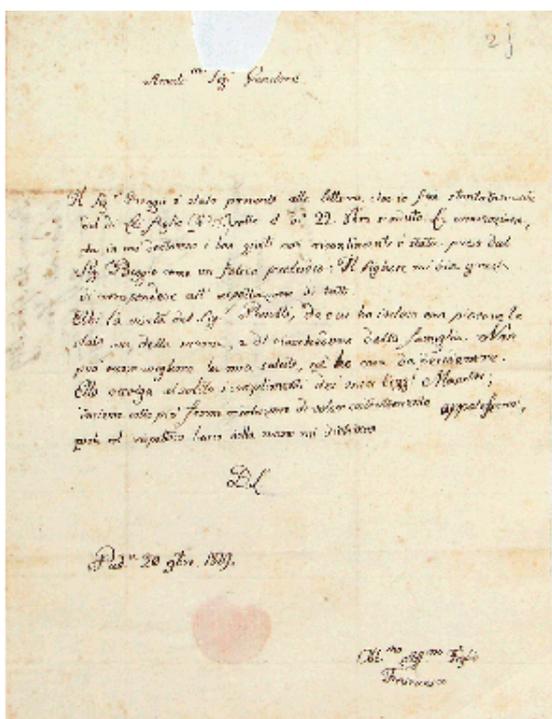
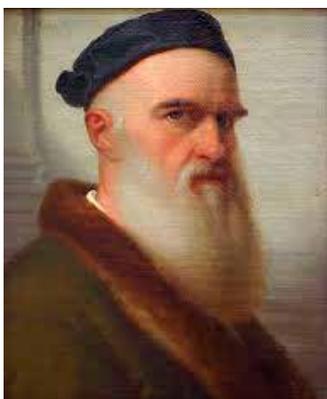
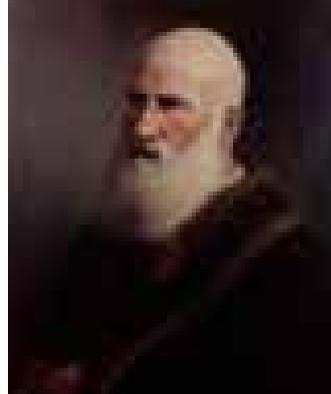
vuto essere il titolare della ditta, e questo titolo sarebbe stato sancito dal getto della sorte con un tiro di dadi.

La sorte affidò l'azienda a Francesco, "il pittore" che l'avrebbe diretta sino alla

sua scomparsa nel 1877, anno in cui gli succedette il figlio Simeone. Una volta alla guida dell'azienda Simeone Salghetti Drioli inizia un profondo processo di ammodernamento tecnico e sociale dell'azienda. Insieme a Giuseppe Hunger brevettò una nuova macchina snocciolatrice, condusse i primi esperimenti di innesto su diversi tipi di marasca impiantando l'amarasco (*Prunus cerasus*) sul malebo (*Prunus mahaleb*) e ottenendo grandi risultati in termini di resa. Nel 1870 Ludwig II di Baviera adottò delle forme di tutela assicurativa per gli operai addetti alla costruzione del castello di Neuschwanstein. Era il primo caso del genere, cui seguì quello di Simeone che stabilì una copertura sindacale per le maestranze della ditta Drioli.

I primi decenni del '900 furono segnati dalla catastrofe della Grande Guerra dalla quale Simeone riuscì a traghettare quasi indenne l'azienda sino al 1921, anno durante il quale cedette il testimone al suo primogenito Francesco Salghetti Drioli, per poi morire nel 1927. Gli anni '30 e '40 del

*La Grande
Guerra lasciò
indenne l'azienda
che nei decenni
successivi subì
devastanti
conseguenze*



1900 sarebbero stati tra i peggiori della storia dell'Europa. I profondi cambiamenti politici e le conseguenze che da essi derivarono cambiarono la sorte di milioni di persone. I Drioli non ne uscirono indenni. La Dalmazia aveva vissuto gli ultimi anni della dominazione austriaca prima di passare sotto la sovranità italiana e quindi vivere il regime fascista, subire le ferite di una seconda guerra alla quale Francesco

Salghetti Drioli non sopravviverà. Morirà nel 1943, sottraendosi alla visione della città di Zara completamente rasa al suolo. Zara, infatti, subirà 54 bombardamenti; il primo alle ore 15 dell'8 aprile 1941, l'ultimo alle ore 14,45 del 31 ottobre 1944.

A Francesco succedette il figlio Vittorio, nato nel 1903, che aveva studiato ingegneria meccanica specializzandosi nell'industria della distillazione. Alla scomparsa del

ANTENATI
NELLE FOTO DELLA FILA IN ALTO, DA SINISTRA:
FRANCESCO DRIOLI 1738-1808;
GIUSEPPE SALGHETTI DRIOLI 1774-1822;
GIUSEPPINA BASSAN SALGHETTI DRIOLI 1783-1852;
FRANCESCO DRIOLI 1811-1877.
FILA IN BASSO, DA SINISTRA:
FRANCESCO SALGHETTI DRIOLI; FRANCESCO SALGHETTI DRIOLI 1876-1943;
SIMEONE SALGHETTI DRIOLI 1887-1927;
VITTORIO SALGHETTI DRIOLI.
IL DOCUMENTO: LETTERE DI FRANCESCO, IL PITTORE, ALLA MADRE.



padre, nel 1943, prese in mano l'azienda ma solo per pochi mesi. Causa razionamenti la produzione era quasi azzerata, la situazione generale insostenibile e pericolosa, stretta tra l'avanzare delle bande partigiane comuniste di Tito e la ritirata dei tedeschi. Al culmine del conflitto decise di inviare moglie e figlia in Italia, trascrisse tutte le ricette in un libricino e lo sigillò in una busta che portò con sé in Italia insieme a gran parte del prezioso archivio che i suoi predecessori avevano contribuito a redigere.

L'archivio rivestiva un'importanza storica tale che oggi è ancora conservato dai discendenti. Si recò a Venezia per ricongiungersi con la famiglia mentre la fabbrica veniva requisita prima dai tedeschi e poi dalle autorità jugoslave. Queste chiesero a Vittorio di rientrare a Zara offrendogli la sola

direzione della fabbrica requisita. Vittorio rifiutò sdegnato e la conseguenza fu una condanna in contumacia a 3 anni di lavori forzati come sfruttatore del popolo. L'azienda fu confiscata per sempre e il materiale di archivio rimasto è ancora oggi nell'Archivio di Stato di Zara.

La storia del Maraschino Drioli in terra di Dalmazia, dopo 184 anni finisce così. Ma Vittorio era un tipo caparbio e decisamente attivo. Ha un sogno: fare rinascere l'azienda di famiglia. Da Venezia aveva mantenuto i contatti con i suoi rappresentanti italiani e grazie a loro ebbe indicazioni su come trovare in Italia marasche simili a quelle di Zara. Vittorio stabilì dei contatti con le amministrazioni comunali dei paesi vicini a Venezia per trovare un luogo che si prestasse a una nuova attività.

Su Mira, vicino a Venezia, con industrie già sviluppate e buone infrastrutture, cadde la scelta di Vittorio per riavviare la distilleria che fu ospitata nei locali affittati di Palazzo

LE RICETTE

TEN O' CLOCK di Michele Garofalo Jerry Thomas Speakeasy - Roma

INGREDIENTI

- 40ml Chairman Spiced Rum
- 1 espresso
- 5 ml maple syrup
- top di Maraschino foam

PROCEDIMENTO

Metodo: shake. Glass: coupette glass.
Guarnizione: tonka bean grattugiata



SUIT & TIE di Michele Garofalo Jerry Thomas Speakeasy - Roma

INGREDIENTI

- 50 ml Cognac
- 25 ml Cocchi Barolo Chinato
- 1 ts Mozart dry
- 1 ts Maraschino
- 2 dash orange bitter

PROCEDIMENTO

Metodo: stir. Glass: coupette glass.
Guarnizione: discard lemon peel





Bonlini. La guerra è finita, inizia la seconda vita del Maraschino Drioli. Buona parte dei capitali iniziali arrivarono dal Banco di Napoli che concesse il prestito sulla sola fiducia riposta nella persona di Vittorio Salghetti Drioli. I primi tempi furono evidentemente molto duri e Vittorio fu affiancato da un altro profugo dalmata, Loris Brcic, che divenne il direttore della produzione.

Nei primi anni '50 la produzione era già significativamente aumentata e iniziò l'ampliamento e la modernizzazione dell'azienda con un alambicco discontinuo in rame identico a quello di Zara. I prodotti privilegiati erano il Maraschino e il Cherry Brandy. Le bottiglie, di forma quadrata ed impagliate, erano prodotte dai vetrai di Murano e successivamente si avranno anche contenitori in ceramica, di varie foggie e dipinti a mano, ma destinati solo ad alcuni mercati esteri. Essendo la marasca un prodotto che deve essere lavorato fresco, e che comporta quindi una lavorazione stagionale, si decise

di ampliare la gamma di liquori per sostenere i costi fissi. La Gran Bretagna era il mercato più importante e per fare fronte alle richieste furono organizzati trasporti con speciali camion; gli Express Service Mira-London.

Vittorio Salghetti Drioli scomparve nel 1974, con lui si estinse questa dinastia di industriali zaratini e cessò anche la produzione di liquori. Le eredi, le figlie Francesca e Silvia, cedettero l'azienda nel 1979 a gruppi industriali di diversa natura e nel 1981 il marchio tanto noto in tutto il mondo decadde definitivamente. Drioli costituisce l'unico caso, nella storia della liquoristica, di un prodotto che ebbe il diritto a fregiarsi contemporaneamente degli stemmi di più case reali; Austria, Italia e Inghilterra. Fatto salvo l'archivio storico di famiglia e qualche rara bottiglia sul mercato collezionistico, oggi, della più antica azienda liquoristica italiana non rimane più nulla.

Fabio Bacchi

BRIGHT LIGHT di Claudio Perinelli

INGREDIENTI

- 50 ml Don Julio Reposado Tequila
- 10 ml Maraschino
- 10 ml Chartreuse verde
- 1 dash Boker's bitter

PROCEDIMENTO

Metodo: stir & strain. Glass: old fashioned con ice ball o chunk ice. Guarnizione: orange peel



MI VIEJO AMIGO di Claudio Perinelli

INGREDIENTI

- 45 ml Sherry Fino
- 10 ml Maraschino Luxardo
- 15 ml Cynar
- 2 dash Angostura bitter

PROCEDIMENTO

Metodo: stir & strain. Glass: cocktail glass. Guarnizione: lemon peel twist



TUTTO SUL WHISKY

DAVE BROOM

WHISKY: THE MANUAL

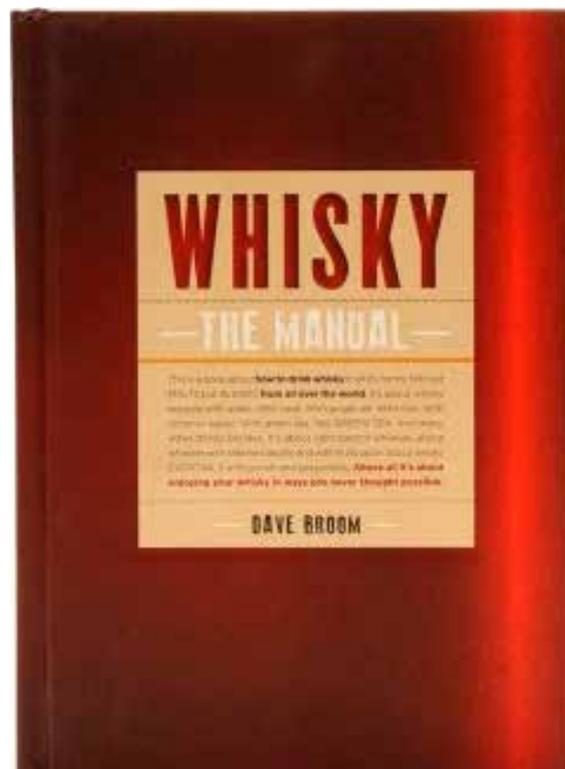
Mitchell Beazley (USD 14,99)

Ultimo lavoro di Dave Broom, questa guida accessibile e piacevole è ricca di informazioni pratiche e affascinanti su come godere il Whisky. Tutti gli stili sono esplorati e descritti, (incluso le miscele) in un modo facilmente comprensibile anche per i neofiti. L'autore esamina e sfata alcuni miti legati all'“acqua della vita” circa produzione, modi di consumo e servizio. Broom esplora anche il complicato e misterioso universo di sapori e aromi che si dispiegano in un bicchiere di Whisky, aiuta a comprendere i vari stili e fornisce ampie note di degustazione delle varietà e dei marchi principali.

Gli argomenti trattati comprendono le prime notizie provenienti dalla distillazione di birra, lo sviluppo della miscelazione di cereali in Scozia, l'esportazione della cultura della distillazione verso il Nord America e le politiche di marketing del 20° secolo.

Come con il precedente libro di Dave, *The World Atlas of Whisky*, la sezione sulla produzione è completa senza essere troppo complicata. Dispensa consigli su come gustare Whisky in una miriade di modi; con acqua e sode, con tè verde e in vari cocktail, dal Manhattan al Rusty Nail. Viene esplorato anche l'abbinamento tra Whisky e cibo.

In questa guida vivace, divertente e



con un sapido tocco non-sense, l'esperto Dave dissipa i misteri del Whisky e apre tutta una serie di interessanti possibilità per questa magica bevanda.

Broom è un autore pluri premiato, giornalista ed esperto di Whisky sul cui universo scrive da 25 anni. Ha all'attivo otto libri, di cui due sul Rum. Ha vinto il premio Glenfiddich per Book of the Year e per ben due volte il Writer of the Year award. Ultimamente è stato insignito dell'IWSC Communicator of the Year Award.

Alessandro Palanca

Ron ABUELO

PANAMA



BEVI RESPONSABILMENTE



96 Points

Platinum Medal

“Superlative”

International Review of Spirits
Beverage Testing Institute



Forbes

“Best Rum I ever tasted”

Larry Olmsted, as seen in Forbes.com

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

ALESSI

CAMPARI

RON
Caney

Simply Squeeze
COCO
REAL

1492 COLONIALE
GROUP

DIAGEO
ITALIA

DISARONNO®

FABBRI
1905

Finest
CAIL
Premium Cocktail Mixes

FiveSenses®
by MAVORINK

SPEZIALBIER-
BRAUEREI
FORST
BIRRA-BIÈRE-BEER-BIER

ZF

GARNET
Europe

ICB®
SERVICO PURO

LA PAZIALE
espresso coffee machines

LURISIA
PREMIUM BEVERAGES

MARTINI

MIXER

NONINO
Distillatori in Friuli dal 1897

parmalat

Pernod Ricard Italia

PIAZZA

ROR
CRISTALLERIA
ITALIANA

Red Bull®

SAN BENEDETTO

Santal

SIRMAN®

SLIDE®

UOLARE



“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

Premium Varietà di Frutta da Coltivazioni Selezionate



Fragole Californiane Raccolte al Picco di Maturazione



Premium Limoni Lisbon e Eureka dalla California



Key Limes Raccolti a un' Area Limitata della Costa Messicana



Alphonso Mango Indiano



Melograno Californiano Wonderful



Cocco dalla Repubblica Dominicana



Pomodori Roma dalla California



Bar Essentials



Puree Collection



Specialty Cocktails



Distribuito da Onesti Group S.P.A

