

BarTales

ANNO II | N. 10 | GIUGNO 2015

Liquid story
GUSTO
DI MONTAGNA

Bar story
LA REGOLA
DI SASHA

HOT SPIRIT
EMOZIONI
DI FRUTTA



CARPE

IL PRIMO V



www.carpe.it

CARPANO

VERMOUTH

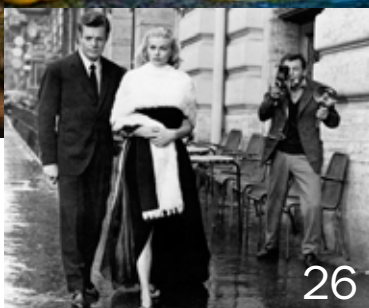




10



18



26



34



42



48

2015



54



62

- 7** **L'editoriale** di Melania Guida
SUL SERIO MA NON TROPPO
- 8** **News** DAL MONDO
- 10** **Liquid Story** di Fabio Bacchi
GUSTO DI MONTAGNA
- 18** **Hot Spirit** di Giulia Arselli
EMOZIONI DI FRUTTA
- 26** **Amarcord** di Fabio Bacchi
CINQUANT'ANNI DI DOLCE VITA
- 34** **Bar Story** di Dario D'Avino e Vincenzo Errico
LA REGOLA DI SASHA
- 42** **Cocktail Story** di Alessandro Palanca
BOADAS LEGACY
- 48** **Blow up** di Jonatan Ferri e Matteo Rebuffo
TENDENZA LISBONA
- 54** **Report** di Valerio Sperelli
VEDI NAPOLI E POI BEVI
- 62** **How to mix** di Giovanni Cecarelli
AFFUMICATO, PLEASE
- 66** **Book corner** di Alessandro Palanca
IL VERMOUTH DI TORINO

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giulia Arselli, Giovanni Cecarelli,
Dario D'Avino, Vincenzo Errico,
Jonatan Ferri, Alessandro Palanca,
Matteo Rebuffo, Valerio Sperelli**

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

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

ALPESTRE

Sinfonia di 34 erbe.



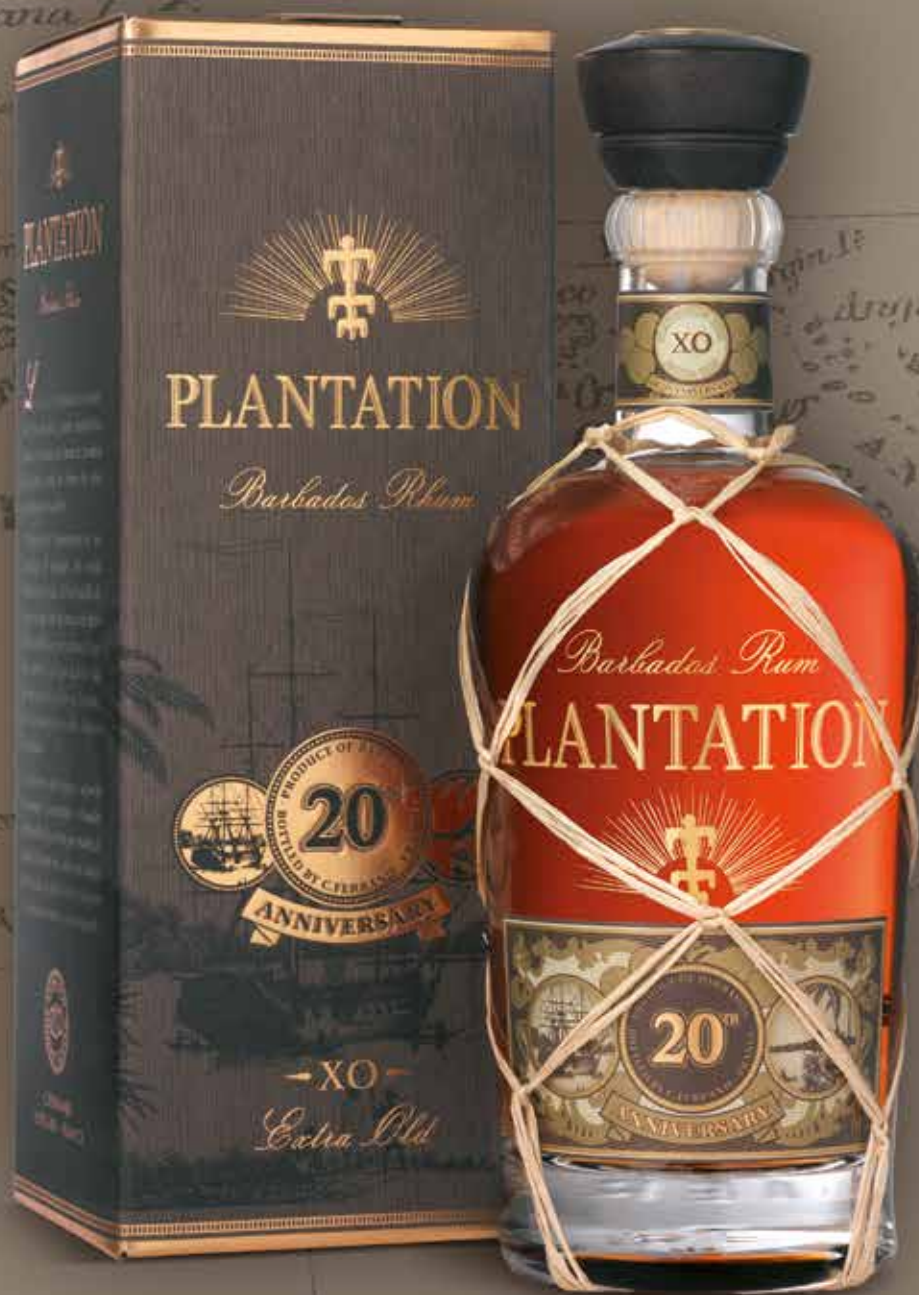
*Rilassatevi e assaporate la straordinaria sinfonia di Alpestre:
la eseguirà per voi una grande orchestra di 34 erbe officinali
invecchiate in botti di rovere secondo un'antica ricetta.
Un piccolo grande sorso che vi aprirà il cuore e la mente.*

alpestre.it

Distribuito da: OnestiGroup S.p.A.

PLANTATION

RUM



SUL SERIO MA NON TROPPO

Al primo posto c'è l'*Harry's* di Venezia. Stabile come tutte le certezze. Che per il *Telegraph*, prestigioso quotidiano britannico, resta il più leggendario dei bar italiani. Magari poco sperimentale, con una miscelazione per lo più classica rispetto ai templi disseminati per l'Europa, ma vuoi mettere il fascino dei vecchi habitués? Toscanini, Capote, Chaplin, Orson Welles. Roba da libri di storia. Del resto è lì che Giuseppe Cipriani inventò il Bellini: semplicemente un must.

Dunque, il primo posto. In alto alla classifica che elenca gli immancabili bar dove passare almeno una volta prima di morire. Seguono, tra gli altri, il *Jerry Thomas project* di Roma (al terzo posto, ci piace sottolinearlo) l'*Artesian* di Londra e il *Candelaria* di Parigi. Prevedibilmente.

Le classifiche impressionano sempre. Per le conseguenze che ne derivano, la fortuna o meno di questo o quel locale e perché inevitabilmente finiscono per accendere discussioni. Che ruotano sull'attendibilità di chi le stila, sui criteri di selezione. Nelle more, pur riconoscendo standard incontrovertibili, atmosfere e professionalità, ci piace ribadire che il bar preferito resta

quello in cui ci si sente a casa, così come il cocktail migliore è sempre quello che ci piace di più. Senza nulla togliere all'autorevolezza del *Telegraph*, anche il nostro inviato va in giro a consegnare skaker e coppe Martini al meglio della penisola *by bar*. Con spirito di servizio, certo, ma soprattutto spinto da curiosità e giocosa simpatia. Magari innamorato degli squarci mozzafiato di una Napoli incantevole, (a pag. 54) sedotto dall'aroma di caffè altrove irripetibili. Pronto ad annotare novità e dettagli. Bacchettando qualche pecca, incoraggiando dove serve. Ma senza mai prendersi troppo sul serio. Come è giusto che sia. O no?



UN NOCINO SUPERIORE



Superior Taste Award 2015, il prestigioso riconoscimento anche conosciuto come la "Guida Michelin" dei prodotti alimentari, premia il Nocino "Il Mallo" di Modena. Assaggiatori chef e sommelier stellati Michelin, provenienti da 17 paesi per le giurie dell'International Taste & Quality Institute. Che, uniche al mondo, sono composte da un partenariato esclusivo con prestigiose associazioni culinarie, l'Association de la Sommellerie Internationale e quella di rinomati esperti di bevande.

FLAIRCOMBAT 2015

Si è svolta a Brindisi la quarta edizione della Flair Combat. Tra i 33 concorrenti, a contendersi il ricco montepremi alcuni dei massimi

esponenti mondiali del settore flair: Alexander Shtifanov (Russia), Tomek Malek e Marek Posluszny (Polonia) Vaclav Abraham (Repubblica Ceca), Roman Zapata (Uruguay), Luca Valentin (Romania) Organizzata dalla NewBarConcept la Flair Combat è una delle gare di flairtender più importanti al mondo. Alla fine delle prove, tra un tripudio

di pubblico, il vincitore è stato Alexander Shtifanov.



GIN CUP IN SALENTO

L'edizione 2015 della Gin Cup, "in the bar" cocktail competition, organizzata da Onesti Group e riservata ai bar della provincia salentina con i brand Tarquin's, Portobello Road e Dictador, ha coinvolto 48 partecipanti dai quali sono stati selezionati i 12 finalisti. Dopo la vittoria del 2014 andata al "Quanto Basta" di Lecce di Diego Melorio, la kermesse ha assegnato il primo posto al "300MILA Lounge" di Lecce con Rossella Lanza, il secondo al "Gusto Divino" di Alessano e il terzo al "Caffè del Teatro" di Aradeo. Il successo dell'edizione 2015 è il preludio a un'evoluzione regionale dell'evento.

ROSE'S CUP 2015

Trionfo del team italiano composto da Flavio Esposito, Luca Marcellin e Luca Angeli alla finale europea della Rose's Cup che si è tenuta a Copenaghen il 21 maggio. Nelle 3 prove la squadra italiana ha collezionato 1 oro e 3 argenti. I tre italiani sono stati selezionati durante la finale italiana tenutasi al Museo della Scienza e della Tecnica di Milano con la partecipazione di 30 bartender di tutta Italia. La storia di Rose's iniziò nel lontano 1867 quando Lauchlin Roses cominciò a studiare una bevanda che prevenisse lo scorbuto che affliggeva i marinai inglesi creando una bevanda arricchita di lime e vitamina C.



DUBL FACE

Che l'ebbrezza riveli lati nascosti del proprio io è cosa nota. Sarà per questo che Carla Celestino, Valter Luca de Bartolomeis, Marialuisa Firpo, Carla Giusti, Carlo Manna e Ivan Turturiello (vulcanico team creativo del 137A) hanno allestito "Dubl Face". Dopo *The impossibile wine bottle machine* dello scorso anno e partendo dalle suggestioni del "Dubl" lo spumante di Feudi San Gregorio presentato in occasione dell'ottava edizione di Wine&Thecity, un singolare imperdibile percorso specchio-riflessivo per conoscere e/o ri-conoscere l'altra parte di sé. Al civico 137 del napoletano Corso Vittorio Emanuele.



ciofs fp lazio

SALESIANI&HOST

L'Opera Salesiana è da sempre presente sul territorio nazionale con programmi di formazione professionale. Il CIOFS Lazio, ente femminile dell'Opera Salesiana, ha incluso tra i suoi progetti educativo professionali anche le discipline che riguardano ospitalità alberghiera e servizi come il bartending e la cucina. Ne è prova la Festa del Grazie, il 30 maggio presso il centro formazione di Roma, alla presenza delle più alte cariche istituzionali regionali e dei rappresentanti della piattaforma turistico alberghiera nazionale. Con cocktail competition, gare di sommellerie e cooking competition sotto gli sguardi di noti esponenti italiani di cucina, bartendeing e sommellerie.

GUSTO DI MONTAGNA

Confortevole e piemontese, un protagonista della liquoristica

DI FABIO BACCHI

La catena montuosa delle Alpi nasconde piccoli tesori sconosciuti ai più ma non ai fieri abitanti delle valli che custodiscono un patrimonio di tradizione e cultura preservato a fatica e tramandato alle nuove generazioni. Oltre ciò le nostre montagne sono dei piccoli paradisi naturali con un equilibrio ambientale estremamente delicato che preservano piante di specie protette e che sopravvivono alle altezze più aspre.

Le erbe alpine che fioriscono a quote elevate possiedono proprietà terapeutiche e curative. Tra queste piante vi è il Genepy, dal quale si ricava l'omonimo liquore che merita l'attenzione del bartending di nicchia e attento alla conservazione e alla promozione di quel patrimonio di prodotti enoliquoristici che appartiene alla tradizione italiana. In Valle d'Aosta e Piemonte la produzione di distillati e liquori di erbe di montagna ha origini che si rifanno ad antiche tradizioni e il Genepy è sicuramente il principe di prodotti. Si tratta di un tipico prodotto alpino e non deriva dal ginepro come molti credono erroneamente. Nei rifugi alpini il Genepy è il liquore che tra i generi di conforto non può assolutamente mancare.

La parola Genepy è probabilmente



di origine celtica. Questo prodotto è familiarmente conosciuto come il cugino dell'Assenzio, che vide il suo battesimo dall'altra parte delle Alpi, in Svizzera. Le varietà di artemisia più importanti per il Genepy crescono sulle Alpi centroccidentali e sono Artemisia mutelina (genepy femmina bianco) e Artemisia spicata o genepy (genepy maschio nero), ma alcuni liquori comprendono anche altre varietà di artemisia. Queste piante hanno forti proprietà aromatiche e alcune di loro sono specie protette.

I fiori destinati ad aromatizzare l'alcol di base sono di specie coltivata per lo più in Valle d'Aosta e in Piemonte ad altezze relativamente basse, 1900/2000 mt., dove l'acqua già scorre pura e cristallina. Alcuni tipi di artemisie crescono spontaneamente anche a quasi 3000 m, sui terreni



morenici che i ghiacciai lasciano scoperti durante le cicliche ritirate estive. In questo caso si tratta solitamente di specie protette e che possono essere raccolte con molta difficoltà, in bassa quantità e con speciali permessi, con costo del prodotto finale più alto. La pianta che cresce

in estate, per fiorire a settembre appena prime della discesa della neve, produce un piccolo cespuglio dal quale si sviluppano infiorescenze che possono essere maschili o femminili che vengono raccolte nel momento della loro massima fioritura. La quantità di tujone presente, l'alcaloide

ERBE
 IN ALTO FIORI
 DI GINEPRO.
 QUI SOPRA, DA
 SINISTRA:
 ARTEMISIA
 GENEPY;
 ARTEMISIA
 GLACIALIS;
 ARTEMISIA
 MUTELLINA;
 ARTEMISIA
 SPICATA.



PRODUZIONE

SOPRA UNA COLTIVAZIONE DI GENEPY. NELLA PAGINA ACCANTO BOTTI DI GENEPY, UN MOMENTO DELLA LAVORAZIONE E IL PRODOTTO FINALE NEL SUO TIPICO COLORE GIALLO.

contenuto nelle artemisie, è molto bassa in queste varietà, nettamente al di sotto della soglia di rischio. Il botanico maschio è il più profumato ed aromatico, più utilizzato per la produzione.

Per disporre di quantità appropriate e sufficienti alla produzione del Genepy le piante vengono coltivate con la massima cura da montanari residenti in loco che nel corso degli anni hanno acquisito una vera specializzazione in questa difficile coltura.

Il processo della produzione del Genepy è molto lungo. Dopo la raccolta le piante vengono poste a essiccare naturalmente su apposite strutture (graticci) in locali ventilati all'interno delle baite di montagna. La velocità di essiccazione dipende dall'umidità relativa dell'aria e generalmente dura 15 giorni con una resa che varia intorno al 30%. La commercializzazione delle erbe viene calcolata sul peso a secco. A essiccazione avvenuta le piante vengono trasportate in sacchi di juta in distilleria dove vengono controllate e

selezionate. Se non vengono poste subito in infusione vengono conservate in recipienti areati o negli stessi sacchi di juta lasciati aperti per evitare ammuffimenti. In distilleria avviene la macerazione delle piante in una soluzione alcolica per l'estrazione dei principi attivi aromatici ed amari, in contenitori che possono essere di legno, o acciaio inox e può durare generalmente dai 30 ai 40/45 giorni. Successivamente l'infuso viene torchiato.

Un'altra tecnica per la produzione del Genepy è la sospensione. Le piantine non vengono immerse in soluzione alcolica ma vengono collocate su delle griglie che vengono poste in sospensione sulla soluzione alcolica. Tutto avviene in contenitori chiusi e sottovuoto, in questo modo l'alcol si satura delle componenti aromatiche delle piante. In questo caso però il procedimento è più lungo, può durare anche alcuni mesi, e la successiva stagionatura almeno 100/150 giorni.

Il colore del Genepy è paglierino tendente al verde pallido per l'infuso, mentre



sarà più chiaro per il prodotto ottenuto con la sospensione, in alcuni casi quasi incolore. I tempi variano a seconda del produttore e della qualità del prodotto. Dopo una torchiatura e filtrazione può

avvenire la distillazione di una parte dell'infusione che sarà poi aggiunta alla restante. Si utilizzano alambicchi tradizionali, bagnomaria, in rame stagnato, che permettono una distribuzione del calore



LUOGHI E STORIA

SOPRA LA LOCALITÀ DI FORTE FENESTRELLE E UN'ANTICA LOCANDINA DELL'AZIENDA PIN. QUI A DESTRA, UN MOMENTO DELLA RACCOLTA E UNA BOTTIGLIA DI GENEPI ALBERGIAN. NELLA PAGINA ACCANTO IL MARCHIO PER LA TUTELA DEL GENEPI.

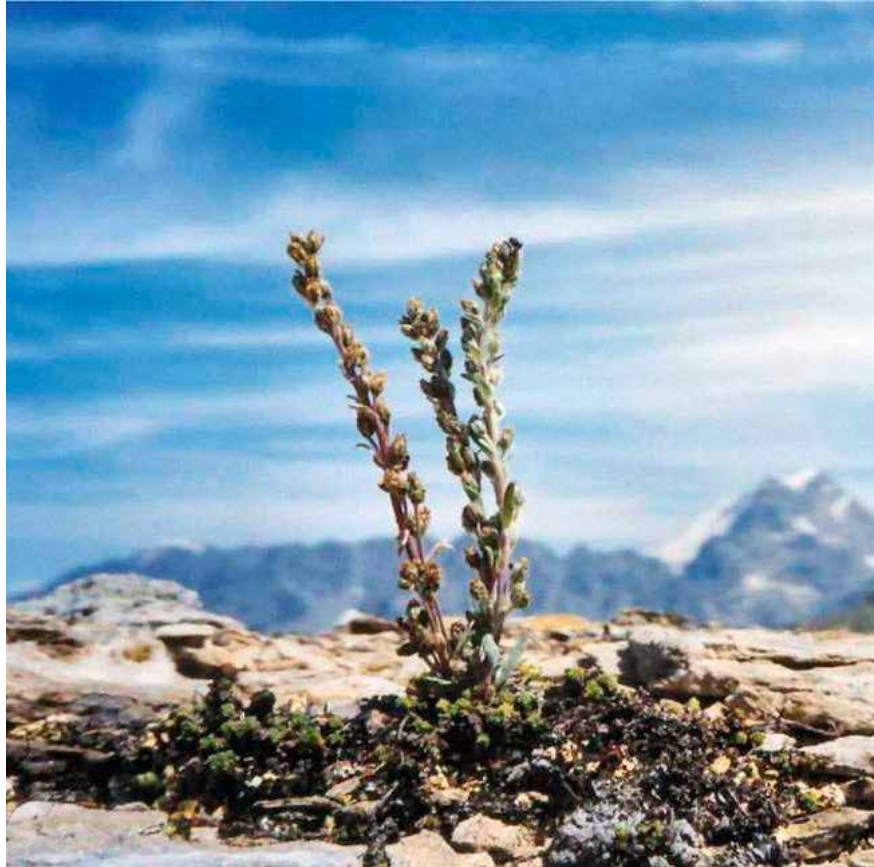


in modo più omogeneo e delicato. La fase successiva consiste in una stagionatura del prodotto per ottenere una spontanea sedimentazione delle parti insolubili che vengono poi separate attraverso filtrazioni per avere un liquido perfettamente brillante con una gradazione finale che varia dai 30° ai 40°, con aggiunta di zucchero.

Il Genepy si presenta con una colorazione paglierina tendente al verde pallido e prima dell'imbottigliamento subisce una ulteriore stagionatura. Il suo profumo balsamico e il gusto pieno e amarognolo con

proprietà digestive derivano proprio dalle caratteristiche delle piantine. Ma alcune produzioni seguono tecniche diverse alla base. Infatti alcuni produttori usano trattare il botanico in modo diverso. Le piantine, una volta raccolte, non vengono messe a essiccare ma subito poste in infusione in alcol per non perdere nessun tipo di profumo o aroma e preservare tutte le proprietà botaniche della pianta.

Le valli piemontesi sono vocate alla produzione del Genepy, in particolare la Val Chisone dove, secondo alcuni docu-



menti storici sarebbe nato il distillato. La produzione in Piemonte è iniziata nel corso del '900 nelle valli attorno a Torino e Cuneo e anche se adesso si usa genepy coltivato i metodi sono gli stessi del tempo in cui si lavorava la pianta protetta. Tuttavia alcuni documenti sembrano rimandare la produzione del Genepy sino al 1755 in Val di Susa.

Quando si parla di questo prodotto si parla anche della storia di queste valli. In Val Chisone, particolarmente vocata, il primo a introdurre l'alambicco e la distillazione sarebbe stato Giovanni Stefano Pin nella metà del 1700. Di professione regio notaio, questo signore era appassionato di erbe e si dedicava alla loro raccolta e distillazione nei momenti liberi. La tradizione sarebbe stata perseguita dal figlio Stefano Giuseppe Pin e la loro prima distilleria fu fondata nel 1823 a Fenestrelle in località Alpi Cozie. I primi clienti furono gli ufficiali della guarnigione

di Fenestrelle, la più grande costruzione fortificata delle Alpi. Il prodotto avrebbe poi preso il nome di Genepin che negli anni '70 del secolo scorso sarebbe poi stato rilevato da Albergian insieme all'originaria ricetta del 1823.

Tradizionalmente il Genepy è consumato liscio o con ghiaccio a fine pasto, allungato con acqua calda o su zollette di zucchero e rientra anche nelle preparazioni servite nella grolla dell'amicizia secondo il tipico rituale valdostano. Nel 2002 nacque l'Associazione per la Tutela e la Valorizzazione del Genepi delle Valli Occitane Piemontesi, con il supporto della Regione Piemonte, per tutelare uno dei prodotti più tradizionali in assoluto della cultura alpina piemontese. La denominazione Genepi Occitan sta a indicare l'Indicazione Geografica Protetta riconosciuta dalla Comunità Eu-

*Profumo
balsamico
e proprietà
digestive
derivano dalle
caratteristiche
delle piantine*

**AMERICANO OCCITANO di Jonatan Ferri Abarbanel
Les Rouges - Genova**

INGREDIENTI

- 40ml Genepy
- 40ml Biancosarti
- 3 gocce Pastis Argala
- Soda Pompelmo e Lavanda*

PROCEDIMENTO

Metodo: build: Glass: highball. Guarnizione: scorza pompelmo e rametto lavanda essiccata

*Per la soda: mettere 100gr di lavanda essiccata in mezzo litro di acqua quasi bollente per 4-5 minuti. Filtrare e lasciar raffreddare. Aggiungere scorza di 4 pompelmi rosa e lasciare a infondere 3 giorni. Rimuovere le scorze e caricare in sifone.



**ARTIC CLARITY di Ricky Semeria
The Fumoir Bar - The Claridge's Hotel - Londra**

INGREDIENTI

- 25ml Genepy
- 25ml Plymouth Gin
- 15ml Liquore Pino Mugo Quaglia
- 15ml succo di limone,
- 5ml Laphroaig Whisky 10yo
- cubo di ghiaccio aromatizzato al jasmín tea*

PROCEDIMENTO

Metodo: Shake and Strain. Bicchiere: old fashioned.

Guarnizione: rametto di wax flower

Per il cubo di ghiaccio far semplicemente un'infusione al gelsomino e versarlo in appositi stampi (cubo o sfera) e surgelare.



**GRAND TOUR di Claudio Peri - Seymour's Parlor
The Zetter Townhouse Marylebone- Londra**

INGREDIENTI

- 30ml Havana Selección de Maestros
- 15ml Genepy Palent
- 25ml succo fresco di lime
- 15ml sciroppo di alloro & angelica
- 2 Dash Aphrodite Bitter
- 3 3rop soluzione salina

PROCEDIMENTO

Tecnica: shake & double strain. Glass:

Coupette. Guarnizione: shot glass con birra lager



ropea così come scritto nell'allegato III del Regolamento (CE) n. 110/2008 relativo alle Indicazioni Geografiche delle Bevande Spiritose. Nella categoria liquori vengono inseriti il "Genepi del Piemonte", il "Genepi della Valle d'Aosta" e il "Génépi des Alpes / Genepi delle Alpi". Una scheda tecnica è stata pubblicata sulla Gazzetta Ufficiale nel mese di luglio 2012.

Ma la nuova frontiera è quella della miscelazione. Il Genepy si presta alla personalizzazione di grandi classici aggiungendo una nota di complessità che solo i grandi liquori possono rilasciare, con sfumature dal sapore antico e che ben si esaltano in ricette tipiche della miscelazione italiana. La forte caratterizzazione che rilascia il Genepy ne impone un uso ben bilanciato in abbinamento. Tra le più note marche di Genepy ricordiamo Savio, Bernard, Bordiga, Palent, Saint Roch, Granger e Albergian. Orgoglio italiano.

Fabio Bacchi

MEZZOEMEZZO® NARDINI:
**IL PONTE
TRA TRADIZIONE E
DIVERTIMENTO**



il Mezzoemezzo® Nardini:
6 cl. Mezzoemezzo freddo
6 cl. Seltz
Twist di limone

B.º NARDINI
DISTILLERIA A VAPORE

— * —
BASSANO

— al PONTE dal 1779 —



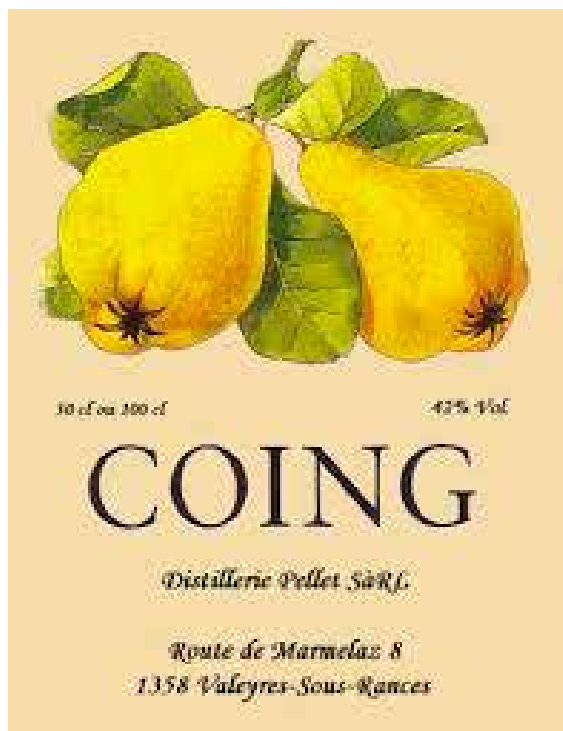
EMOZIONI DI FRUTTA

Alleate della miscelazione di tendenza

DI GIULIA ARSELLI

I coing, che dà il nome all'omonimo distillato, è un frutto non molto estetico nella forma, un po' sgraziata, ma dalla polpa di un bel colore giallo dorato. È poco prodotto e conosciuto,

assomiglia a una pera, difficoltoso da mangiare crudo a causa della sua durezza. In Italia è assimilabile alla pera cotta. È un frutto da albero, il cognassier, ed è originario delle zone caucasiche:



FRUTTI
 QUI SOPRA
 ESEMPLARI DI
 MELA
 COTOGNA, IN
 BASSO
 MIRABELLE E
 UNA
 PUBBLICITÀ DI
 COING. NELLA
 PAGINA A
 SINISTRA
 CILIEGIE,
 COING E UNA
 FASE DELLA
 PRODUZIONE.

Turkestan, Armenia e anche Iran e Iraq dove cresce allo stato selvaggio e viene utilizzato per cacciare i cattivi odori e profumare gli ambienti.

Il coing era già coltivato 4.000 anni a.C. e per la sua assomiglianza alla pera è anche chiamato pera di Kydonia dal nome della zona sulla costa dell'isola di Creta dove era presente in grandi piantagioni. Nella Grecia antica simbo-

leggiava l'amore e la fecondità ed era quindi dedicato alla dea Venere, veniva mangiato cotto e condito con miele, gli



LIQUORI
 ALCUNE
 BOTTIGLIE
 DI DISTILLATI
 PRODOTTI
 CON COING,
 DAMASSINE
 E PERE
 WILLIAMS.



antichi romani lo usavano in profumeria. A Cipro adornava i templi e il novello sposo doveva mangiare questo frutto prima di entrare nel letto nuziale la prima notte.

Nella sua più nota opera letteraria Shakespeare fa banchettare Giulietta e Romeo con dei dessert a base di datteri e coing. Nell'opera di Cervantes "Don Quichote", il famoso "cavaliere della Mancia" suggerisce al fedele Sancho Panca di mangiare del coing per risolvere i problemi di digestione causati dalla sua ingordigia. Il Re Sole era molto ghiotto della Cotignac, marmellata di coing specialità di Orleans. Il termine marmellata

deriva dal portoghese "marmelo" che è proprio il nome che i portoghesi danno al coing e con il termine marmellata si indicava la confettura di coing. Nel XVII secolo gli inglesi cominciarono ad importare questo frutto dalla Francia per ottenerne un vino ritenuto miracoloso per i sofferenti di dissenteria.

Tra le sue proprietà ha quella di essere molto ricco di fibre e vitamina C e di aiutare la digestione. Risulta quasi immangiabile crudo a causa della sua polpa aspra, legnosa, molto dura ma dal profumo soave. Di conseguenza per qualsiasi suo utilizzo culinario diventa



necessaria la cottura per essere usato soprattutto nelle preparazioni dolci. In Oriente lo si mangia anche condito salato e in alcune zone dell'est Europa è utilizzato come legume per farne una zuppa invernale in quanto giunge a maturazione nel tardo autunno. In Europa è coltivato in piccoli appezzamenti di terra nell'est della Francia e le varietà più note sono il Champion, il Géant de Vranja e il Coing del Portogallo.

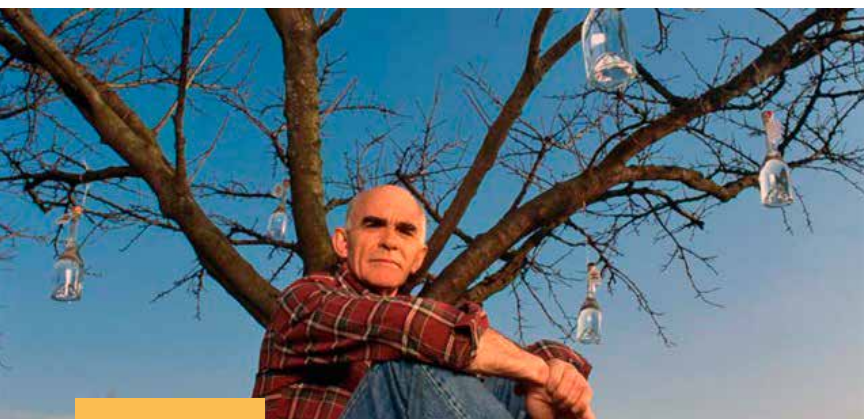
Dopo la cottura la sua polpa diventa rossa e in Spagna e America latina la pasta polposa ottenuta dalla cottura viene chiamata *membrillo* da cui il nome di Dulce de Membrillo che assume la pasta di polpa cotta che viene utilizzata per confezionare un tipico sandwich insieme a del formaggio manchego. In Svizzera il Coing è un'altra delle famose acquaviti di frutta delle quali la Confederazione Elvetica è fiera portabandiera ma anche le regioni francesi di Alsazia e Lorena vantano buona tradizione in materia.

Il frutto coing ha bisogno di una fermentazione molto lunga. Durante la doppia distillazione particolare attenzione

deve essere data alle temperature di estrazione che non possono essere molto elevate, e vengono utilizzati dei piccoli distillatori tipo *charentaise*. Il Coing può essere invecchiato anche diversi anni e ha una gradazione all'estrazione di 70° che in bottiglia scende a 45°.

Le acquaviti di frutta devono essere consumate senza fretta, emanano la quintessenza del frutto originario e la grazia e delicatezza della loro giovinezza si esalta grazie alla temperatura di servizio che deve essere fredda ma non ghiacciata. Tuttavia il piacere non si declina con regole universali e il piacere di uno può essere agli antipodi dell'altro. Alcuni usano servire i distillati di frutta in un calice freddo ghiacciato, altri usano raffreddare il calice con un cubetto di ghiaccio, altri ancora presentano lo stesso su un letto di

*Ricco di fibre e
vitamina C
il Coing
si utilizza cotto,
soprattutto nelle
preparazioni
dolci*



CAPOVILLA

QUI SOPRA
VITTORIO
GIANNI
CAPOVILLA. A
DESTRA ALCUNI
PRODOTTI
DELL'AZIENDA.

ghiaccio pilé per evitare tracce di acqua all'interno. L'esaltazione dovuta al freddo delle sensazioni gustative deve essere proporzionata alla potenza espressiva degli aromi originari. Se è generalmente ammesso che per il Framboise il bicchiere debba essere ghiacciato, il Williamine, l'Abricotine o la Mirabelle esigono più sensibilità. Solitamente più l'acquavite è profumata, tanto più deve essere bassa la temperatura di servizio. Alcuni consumatori preferiscono giusto una nota di temperatura appena fresca. Quindi, a ciascuno il suo segreto di voluttà.

È tradizione che le acquaviti di frutta siano consumate alla fine dei pasti.

Il Framboise corona i pasti più raffinati, l'Abricotine deliziosamente sensuale e acidula ha la forza del sole e ricorda l'estate. Il Coing, come la Damassine, il Kirsch, la Mirabelle e la Reine Claude, è per natura più virile e robusto e predilige il suo momento di consumo dopo un pasto a base di piatti particolarmente gustosi e saporiti.

Anche in Italia c'è una forte tradizione di distillati di frutta. Personalmente

LE RICETTE

SGT PEPPER di Jonatan Ferri Abarbanel Les Rouges - Genova

INGREDIENTI

- 50ml Mela Cotogna Capovilla
- 20ml succo di limone
- 15ml sciroppo di pepe rosa*
- 50ml centrifugato di mela
- top soda water

PROCEDIMENTO

Metodo: shaker e top finale di soda water.

Glass: highball con ghiaccio.

Guarnizione: fettine mela verde e menta fresca.

*Per lo sciroppo: frullare con frullatore a immersione 150 gr di pepe rosa con mezzo litro di sciroppo di zucchero 2:1, filtrare con colino a maglie strette 5 o 6 volte fino a rimuovere tutto il sedimento



STRANGER di Vincenzo Leone Agorazein - Selinunte (TP)

INGREDIENTI:

- 15ml Ciliegie Duroni Capovilla
- 22,5ml Old Dutch Boompjes Genever
- 7,5ml Limoncello Pallini
- 30ml succo di mandarini siciliani
- 10ml cedro & menta sherbet
- 30ml elderflower tonic water

PROCEDIMENTO

Metodo: Shake & Strain. Glass: old

fashioned. Guarnizione: crosta di zucchero Demerara e buccia grattugiata di mandarino, menta fresca e lemon zest.





li ritengo tra i migliori al mondo e tra questi emerge un brand che impone il massimo e ossequioso rispetto al concetto di qualità: Capovilla. L'esperienza di Gianni Vittorio Capovilla e della sua azienda in attività da qualche decennio entra in gioco nel momento della raccolta dei frutti: a volte dopo maturazione, altre in anticipo, sempre a mano. Questa azienda, assolutamente biologica, ha ben chiaro il concetto di rispetto della ma-

teria prima che viene prima di tutto: la frutta. Non vengono usati anticrittogamici o pesticidi e le fermentazioni avvengono solo in modo spontaneo con flora indigena. L'acqua utilizzata nella produzione è quella di una sorgente che sgorga dal Monte Grappa e se gli appezzamenti del terreno di proprietà non producono frutta di qualità ritenuta eccellente questa viene ricercata altrove.

Questo concetto si concretizza sopra-

HOLLAND CHERRY GIMLET di Vincenzo Errico Friends Club - Ischia

INGREDIENTI

- 30ml Bols Genever
- 30ml Ciliegie Duroni Capovilla
- 30ml succo lime fresco
- 15ml simple syrup
- 2 dash Angostura orange

PROCEDIMENTO

Metodo: shake & strain.
Glass:doppia coppa. Guarnizione:
ciliegia



GRASPAS JULEP di Stefano Agostino The Doping Club - The Yard Milano Hotel

INGREDIENTI

- 45ml Cognac Pierre Ferrand
- 30ml Mandorla Nardini
- 10ml Sherry Williams Humbert
Amontillado 30yo
- 4 dash chocolate bitter
- 2 bsp caster sugar
- 4 ciuffi di menta

PROCEDIMENTO

Metodo: Julep buid. Glass: julep cup. Guarnizione:
rametti di menta zucchero a velo.



LE RICETTE

AGUA SOUR di Massimo Stronati The Doping Club - The Yard Milano Hotel

INGREDIENTI

- 50ml Nardini Acqua di Cedro
- 30ml Quaglia Liquore Camomilla
- 10ml albume d'uovo fresco
- 10ml succo di limone fresco
- 4 dash chocolate bitter
- 2 dash Mexican Mole



PROCEDIMENTO

Metodo: dry shake/shake & strain. Glass: vintage coupette.
Guarnizione: twist di cedro in stagione (oppure di pompelmo rosa)

POIRE AU POIVRE di Christian Teducci Octavius @ THE STAGE - Milano

INGREDIENTI

- 15ml Tellicherry black pepper syrup
- 30ml succo fresco di limoni di Amalfi
- 10ml London Dry Gin
- 30ml Pere del Miele Capovilla
- 15ml egg white
- 2 dash bitter al cardamomo



PROCEDIMENTO

Metodo: dry shake/shake & strain. Glass: cocktail coupette.
Guarnizione: per disidratata menta fresca.

COCKTAIL CHAMPAGNE RELOADED di Paolo Rancati Octavius @ THE STAGE - Milano

INGREDIENTI

- 15ml Ciliegie Selvatiche Capovilla
- 15ml purée di passion fruit fresco
- 10ml sciroppo di zucchero aromatizzato alla vaniglia
- Champagne Brut



PROCEDIMENTO

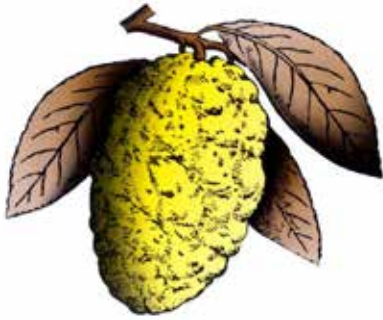
Metodo: Stir & Strain. Glass: Champagne saucer. Guarnizione: amarena cherry e lemon peel.



tutto nelle acquaviti di frutta diversa, selvatica, spesso frutti dimenticati da tutti e non più presenti sulle tavole, di quelli che non si possono comprare, bensì, solo cercare. A quelli di pere, mele e ciliegie selvatiche si affiancano i distillati di nepola, sorbo, ribes nero, mela annurca e mela cotogna, pera moscatello, ciliegie duri, susine e corniole, frutti che danno una resa bassissima e faticosi da raccogliere.

La frutta viene sottoposta a frantumazione, ridotta in purea. La frantumazione cambia in base al frutto da lavorare e dal suo tipo di nocciolo. Se nelle pesche è necessario eliminarlo a causa della sua amarezza, in altri li si lascia fermentare per garantire la massima integrità del carattere originale del frutto. Il prodotto finale esprime preziosa artigianalità, senza aggiunta di alcunché, con tempi di produzione estremamente lunghi rispetto ai canonici, confezionato in bottiglie assolutamente trasparenti e correate

B^{LO} NARDINI
DISTILLERIA A VAPORE



ACQUA DI CEDRO

LIQUEUR

BASSANO
AL PONTE DAL 1779

PRODUCED AND BOTTLED BY DITTA BORTOLO NARDINI S.P.A.
IMPORTED BY: WINEBOW, INC., NEW YORK, NY

ALC. 29% BY VOL. PRODUCT OF ITALY NET. CONT. 1 LITER



del birindello: la carta d'identità che è apposta su ogni singola bottiglia chiusa con ceralacca del colore che ricorda il frutto.

Un'idea, un diverso concetto di prodotto interessante e versatile arriva da una famiglia la cui storia è sinonimo di passione, amore per il proprio territorio e qualità. È la storia della più antica distilleria d'Italia in attività, nata nel 1779 all'ingresso del Ponte Vecchio a Bassano del Grappa. Le Distillerie Bortolo Nardini, frutto del lavoro del fondatore, Bortolo Nardini, perseguono una missione di qualità che da oltre due secoli coinvolge le generazioni diventando sempre più totale e intensa. Dal 1779 Nardini è sempre stata un'azienda a conduzione familiare, entrata a far parte dell'esclusivo club delle aziende familiari bicentinarie *Les Henokiens*. Oggi sono i rappresentanti della settima generazione, Angelo, Antonio, Cristina e Leonardo Nardini a essere ambasciatori di un'icona italiana nel

mondo: la Grappa. Il distillato di vinaccia viene interpretato in una veste nuova costituendo la base di nuove interpretazioni del gusto.

Mandorla Nardini è un liquore costituito da una base di Grappa alla quale viene aggiunto olio essenziale di mandorla e distillato di marasca. Il profumo è immediato, il gusto secco e leggermente dolce al retrogusto. Acqua di Cedro è un infuso di bucce di cedro, trasparente e cristallino nel quale, alla giusta temperatura di servizio, si esaltano la freschezza del frutto e il suo aroma agrumato ed intenso.

Acqua di Cedro e Mandorla Nardini si prestano a una miscelazione ricercata e d'autore nella quale sfumature quasi impercettibili, ma assolutamente caratterizzanti, costituiscono spesso l'acuto maggiore. In tutte le sue espressioni, tra frutta e bartender, il parallelismo che nasce è sempre una garanzia di qualità.

Giulia Arseli

CINQUANT'ANNI DI DOLCE VITA

Ambasciatore di stile, Victor fu protagonista delle celebri notti romane. Con indimenticato charme

DI FABIO BACCHI

Cinquantacinque anni fa uno dei film capolavoro del cinema italiano, "La Dolce Vita", vinceva la celebre Palma d'oro alla mostra internazionale del Cinema di Cannes. Il film narra la storia di Marcello Rubini, un giornalista romano cacciatore di notizie scandalistiche che si innamora di una stella del cinema, Anita, interpretata da Anita Ekberg. Ambientato a Roma, celebre la scena del bagno notturno nella Fontana di Trevi, questo film è lo specchio di uno spaccato di società e di un lifestyle irripetibili che hanno segnato e dato il nome a un'epoca intera.

La Dolce Vita nacque a Roma, in via Veneto, e questa strada divenne il sentiero

di caccia di fotografi e reporter sempre in cerca di notizie, oggi diremmo gossip, riguardanti flirt e amori dei personaggi dello star system che avevano eletto la capitale loro ribalta preferita.

Fu un periodo d'oro per il bartending italiano. Via Veneto era una specie di set cinematografico, una passerella sulla quale si agitavano personaggi famosi ma anche una strampalata porzione di società in cerca dell'occasione della vita, un sottobosco di umanità ambiziosa e anche spregiudicata. La migliore clientela, bar sempre affollati, barman ambasciatori di classe e stile, e drinks che non erano poi così importanti, perché era importanti essere barman prima che mixologist. I barman della Dolce





PERSONAGGI

SOPRA, TERZO
DA SINISTRA,
VICTOR
TOMBOLINI.
IN BASSO
SCENE DI
"DOLCE VITA".



Vita godevano di una clientela numerosa e ricca che poteva spendere 1.000 lire per un Whisky al banco quando un bracciante meridionale ne guadagnava 800 al giorno.

I veri inventori della Dolce Vita furono giornalisti e barman. Tra questi ultimi il più

grande fu sicuramente Vittorio (Victor) Tombolini al tempo nome di riferimento della cocktail culture. Tombolini era il barman degli anni spensierati, delle dive americane sul lungotevere, dei paparazzi che si lanciavano al loro inseguimento sulle



DOLCE VITA

ALCUNE IMMAGINI DELL'EPOCA. SOPRA MARCELLO MASTROIANNI E ANITA EKBERG NELLA CELEBRE SCENA DEL FILM. NELLA PAGINA ACCANTO MASTROIANNI CON SOPHIA LOREN E, A DESTRA FEDERICO FELLINI A UN BAR DI VIA VENETO.

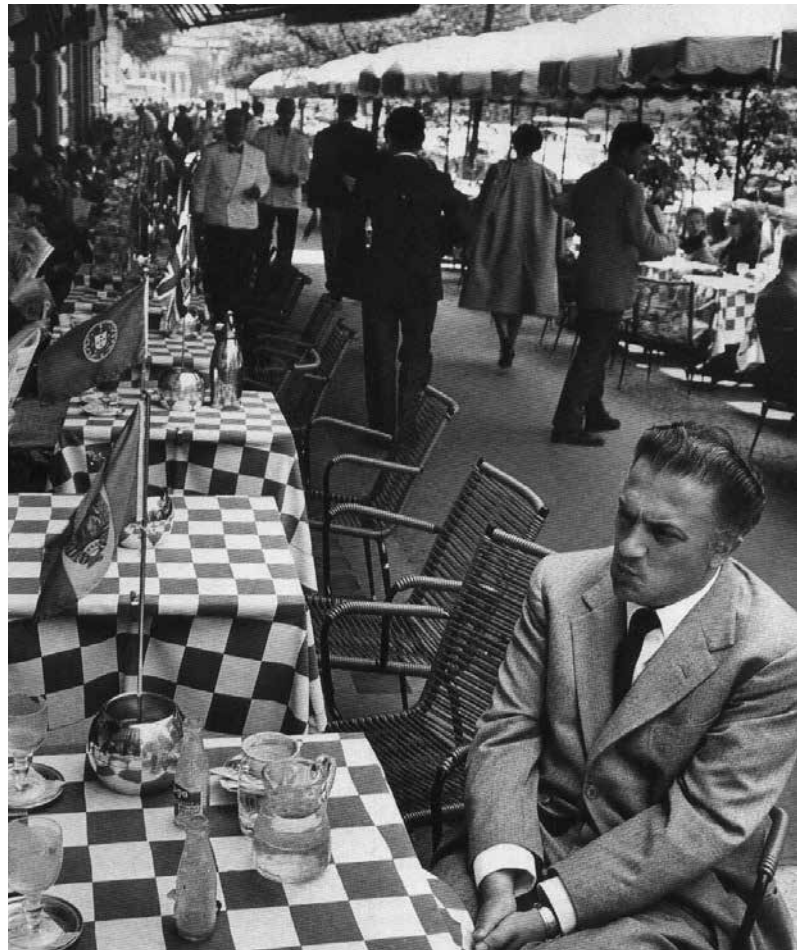


Lambrette in cerca di un flash proibito, correndo il rischio di venire alle mani con gli accompagnatori delle signore. Victor conosceva personalmente Ava, Gina, Anita, Liz, Marlon, Frank, Walter, Gregory, uno dei pochi barman che potesse chiamare per nome le star del tempo, il più importante operatore economico del pubblico esercizio di Roma.

Tombolini era di Vigevano, classe 1904, cittadina nella quale aveva mosso i primi passi come garzone di caffetteria. Aveva fatto il cameriere in Costa Azzurra sin dal

1935, al bar a Parigi con il celebre Victor, suo omonimo, in Svizzera e a Cortina. In occasione del Giubileo del 1950 scelse di trasferirsi a Roma con Bianca Cirilli, moglie ed esperta consigliera, in seguito più nota come Madame Blanche. Ovunque si spostasse poteva contare su una clientela fedelissima e di classe.

Gli inizi a Roma furono difficili, e Victor si trovò a dirigere una mensa per pellegrini sistemata nel ristorante Apollo, in via Nazionale. Tuttavia questa esperienza mise in buona luce Victor presso la curia vaticana



e la buona società romana a essa vicina. Ciò gli cucì addosso una immagine di serietà e credibilità che gli sarebbe tornata utile.

A Roma fu assunto come direttore dell'*Open Gate*, ritrovo dell'alta società del tempo, che aveva tra i suoi promotori Gianni Agnelli, Rudy Crespi, l'avvocato Sotis e la figlia di Vittorio Emanuele Orlando, dove avrebbe allargato il suo giro di conoscenze e public relation. L'*Open Gate* era nel seminterrato del cinema Fiamma, in via San Nicola de Tolentino, disponeva anche di un piccolo teatro, un ristorante e un fornitissimo bar.

La vita dell'*Open Gate* era molto elitaria e ristretta solo alle personalità locali

e ai loro amici di passaggio per Roma: la Principessa Margaret d'Inghilterra, Salvador Dalí, Lawrence Olivier, Anna Magnani, Evita Peron e tanti altri. In questo locale fu organizzato il primo concorso italiano per cocktail e a vincerlo fu proprio Victor seguito da Orlando Luminari che lavorava a Milano.

Acquistò un locale da dei suoi amici e il 9 settembre 1952 in via Emilia 84 aprì un american bar e night club che sarebbe diventato il più famoso locale della dolce vita, il *Victor*, "the place where to be". Victor si inventò anche uno stemma che sarebbe stato sempre piazzato dietro i suoi banchi di servizio: un gallo rampante. Alla sua inaugurazione erano presenti aristocratici, diplomatici e celebrità, i rappresentanti della più esclusiva Cafè Society romana e italiana.

All'epoca bere alcolici rivelava un'abitudine ai viaggi, un modo di vivere cosmopolita e che imitava il Rat Pack style hollywoodiano. Fu al *Victor* che, ricorda Igor Man "vidi una notte Lauren Bacall, gelosa,



graffiare a sangue, con studiata lentezza, il collo di suo marito Humphrey Bogart perchè faceva lo stupidino con Miss Europa, romana di Roma". Fuori dal club bivaccava senza tregua Tazio Secchiaroli, il re dei paparazzi romani.

Victor inventò uno stemma raffigurante un gallo rampante sempre piazzato dietro i suoi banchi di servizio

Victor animava il suo bar con serate tematiche, balli sfrenati, e gli appuntamenti più cool erano quelli del venerdì. Tra i temi più noti, celebri rimangono "Quo Vadis" con il personale vestito da antichi romani e musiche antiche, la Serata dei Marziani

con modellini di astronavi e dischi volanti fluorescenti che pendevano dal soffitto, e la serata Victor. Rotocalchi e quotidiani



facevano rimbalzare questo vorticoso giro di eventi riservato al jet set più mondano. Nel 1956 al Victor successe lo scandalo padre della Dolce Vita durante il quale in una rissa memorabile furono coinvolti alcuni tra i nomi più eccellenti dell'alta aristocrazia italiana.

Carlo Dapporto e Domenico Modugno si intrattenevano sino dopo la chiusura raccontando barzellette o suonando la chitarra. Con il personale ovviamente.

Al Victor c'era anche una slot machine, la prima apparsa a Roma. L'allora Re Faruk di Egitto fu uno dei protagonisti della Dolce Vita romana e incaricava una delle sue guardie del corpo di giocare per lui introducendo delle monete nella slot. Faruk si sedeva sulle eleganti poltroncine in compagnia della sua giovanissima fidanzata, Irma Capece Minutolo e si divertiva a guardare la guardia per gridare di gioia quando vinceva.

Al banco del Victor, largo 80 cm, i drink più serviti erano Manhattan, Martini e tanto Whisky. Tombolini, che già allora im-



BARMAN
VICTOR
TOMBOLINI,
PRIMO DA
SINISTRA, AL
BANCONCONE
DEL BAR.

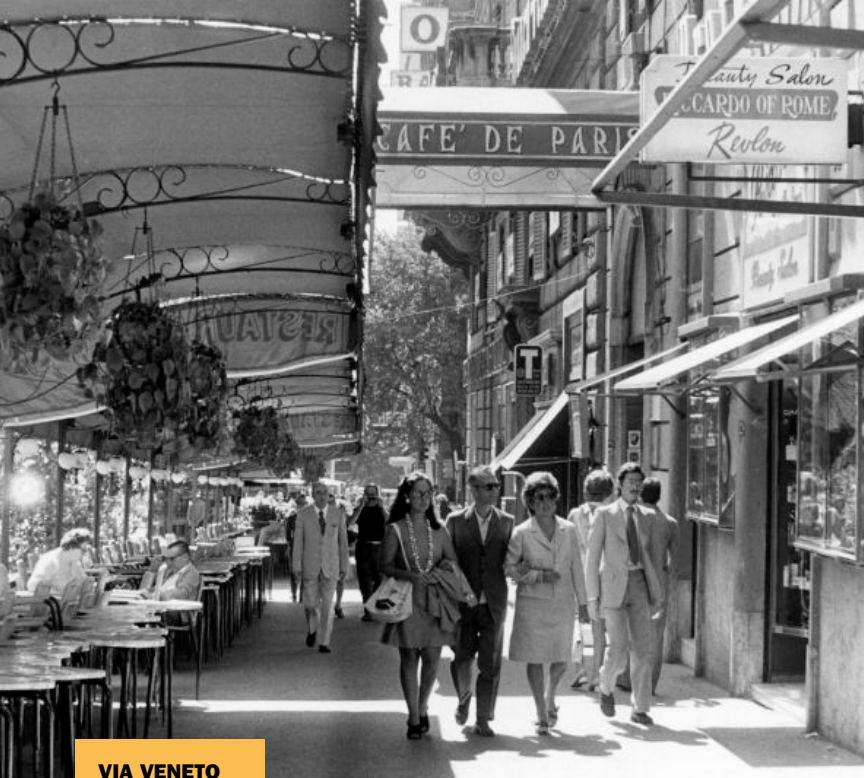
personava la figura del bar manager, dirigeva la sala ricevendo e accompagnando i clienti ai tavoli che erano tutti da quattro posti. In anticipo sui tempi aveva dotato il suo bar di una cucina attrezzata grazie alla quale si poteva cenare con l'immane piatto di spaghetti e altre specialità.

Il *Victor Club* incappò in una chiusura per fatti legati a stupefacenti che coinvolsero alcuni giovani rampolli della Roma bene, Victor Tombolini ne uscì pulito ma il locale venne chiuso. Successivamente il Victor sarebbe divenuto il *Club 84* riferendosi al numero civico della strada.

Tombolini dopo il *Victor* avrebbe aperto il *Pipistrello* portandosi dietro i suoi due fidi

barman assistenti. Il *Pipistrello* sarebbe poi incappato in una specie di censura morale. Questo locale era originariamente un vecchio deposito e Victor vi aveva fatto installare un banco bar a "U" sul quale erano raffigurate delle donne svestite ma stilizzate. La polizia impose a Victor di coprirle e lui rimediò con un velo disegnato.

Le ultime creature di Victor Tombolini furono il *Sans Souci* e il *Cafè de Paris*. Al *Sans Souci* furono anche girate alcune scene di una celebre parodia di "Totò, Peppino e la Dolce Vita". Dopo il lavoro Victor si accomodava spesso al *Cafè Donay* e da qui cominciò a osservare in modo sempre più interessato un modesto caffè latteria



VIA VENETO
SOPRA IL CAFÈ
DE PARIS. A
DESTRA
UN'IMMAGINE
DELLA CELEBRE
STRADA
ROMANA.

sull'altro lato della strada. Era il *Caffè Excelsior*, più una latteria che un caffè, di fronte all'omonimo hotel.

L'8 agosto 1958 quella latteria sarebbe diventato il *Cafè de Paris*. Victor lo chiamò così per imitare lo stesso posto di Hollywood in cui fu presentata per la prima volta Marilyn Monroe, e in onore a Parigi perché aveva lavorato per anni in Francia e lì aveva sposato Blanche, anche lei figlia di emigrati italiani. Trentasette metri di banco bar interno, tutto attrezzato come una tavola calda di lusso, cinquanta mq di

superficie all'aperto sulle cui poltroncine si accomodavano gli ospiti che Victor riceveva decantando Roma e il suo magico ponentino che tutto poteva. Fu il tempo in cui il marciapiede di Via Veneto sembrava la Rive Gauche di Parigi con una Belle Époque tutta italiana della quale il *Cafè de Paris* era il fulcro vitale. Era inutile cercare o chiedere di qualcuno, bastava andare al *Cafè de Paris* nelle ore giuste perché si sapeva chi trovare ad ogni ora.

Gli scioperi degli anni '70 colpirono anche il *Cafè de Paris* che impiegava circa 150 persone. Victor non era abituato alle vertenze sindacali, lui aveva sempre trattato i suoi collaboratori più come fedeli amici che dipendenti. Al terzo sciopero generale capì che il clima sociale era cambiato, un nuovo mondo si profilava all'orizzonte, e quando una multinazionale del settore della ristorazione si propose per l'acquisto del locale lui accettò.

Vittorio Victor Tombolini, il Re di Via Veneto, si ritirò nella sua casa di Grottaferrata nel 1972 per spegnersi il 21 giugno del 1999 a quasi 96 anni. La Dolce Vita, da quel momento, avrebbe avuto un sapore un po' più amaro.

Fabio Bacchi

LA RICETTA

OLIMPIADE di Victor Tombolini

Questo drink fu creato da Victor Tombolini in occasione delle Olimpiadi romane del 1960.

INGREDIENTI

- 4 cl Vov
- 4 cl Sherry Dry
- 2 gocce di Angostura

PROCEDIMENTO

Preparato in shaker e servito in coppetta cocktail.

Dal Venezuela, la più nobile famiglia di Rum.

CLARO

Santa Teresa con la sua maestria bicentenaria, segue per almeno 2 anni l'invecchiamento di questo rum fruttato, dal colore leggermente ambrato, perfetto per ogni cocktail.

AÑEJO GRAN RESERVA

E' il risultato della miscela dei migliori rum Santa Teresa invecchiati fino a 5 anni. Ideale per la miscelazione, rivela un gusto inconfondibilmente vanigliato.

SELECTO

Tra i migliori rum super premium al mondo, nasce da un blend di pregiati rum, invecchiati fino a 35 anni con metodo Solera. Dal colore ambrato e dal gusto morbido e deciso.

SANTA TERESA 1796

Nato dalla miscela dei rum di prima classe Santa Teresa invecchiati fino a 10 anni, è corposo, complesso al palato e consistente nel gusto.



santa Teresa®
FUNDADA EN 1796



RONSANTATERESA



@RONSANTATERESA

LA REGOLA DI SASHA

Stile minimal e cura del dettaglio per il Milk & Honey: Speakeasy ante litteram

DI DARIO D'AVINO E VINCENZO ERRICO



New York, anni '90. In un'anonima e fumosa caffetteria, un giovane barista di 17 anni muove i primi passi dietro al banco bar. Personalità schiva e introversa, estremamente riservato, al punto che non si conoscono con certezza le sue origini, ma al contempo generoso e disponibile, poliedri-

co e metodico, con una grande voglia di mettere in pratica e vedere realizzate le sue idee. In quella caffetteria il ragazzo sviluppò la passione e le motivazioni che lo avrebbero portato a creare uno dei bar più iconici della scena newyorkese e mondiale. Un bar che avrebbe aperto una nuova frontiera, e sarebbe passato



SPEAKEASY

SOPRA E A SINISTRA IL MILK & HONEY CON L'ANONIMA ENTRATA DALLE SARACINESCHE. NELLA PAGINA ACCANTO SASHA PETRASKE.



alla storia: il *Milk & Honey*. Il nome del suo fondatore sarebbe diventato uno di quelli più altisonanti nella *new cocktail craze* mondiale: Sasha Petraske. Colui che ebbe a dire "i bartender non sono degli artisti, sono degli artigiani".

La storia del bartending della New York dei primi anni del nuovo millennio voleva che quando Sasha Petraske aprisse il suo *Milk & Honey*, questi fosse una caffetteria. Ma i capitali erano troppo esigui per i macchinari e gli allestimenti che una caffetteria esigea. Fu questo il punto di

svolta di Sasha Petraske; la mancanza di capitali lo convinse a ripiegare su quella che secondo lui era una scelta più economica: il cocktail bar. Sembra un inizio come tanti, ma nel momento in cui Sasha prese possesso dei locali nel Lower East Side, la notte del 31 dicembre 1999, che sarebbero diventati il *Milk & Honey*, una serie precisa di scelte, intuizioni e veri e propri colpi di genio diedero vita a quello che, per molti, è possibile definire come il capostipite dei moderni Speakeasy.

Con questa azzecata scelta Sasha



entrò prepotentemente nella scena della miscelazione newyorkese contribuendo a rivoluzionarla profondamente. La prima, nonché più vistosa connotazione che Sasha volle dare al *Milk & Honey*, fu la totale assenza di insegne o di ogni altro tipo di riconoscibilità dall'esterno. Due saracinesche disadorne ai lati di un portoncino, in una strada di un quartiere non propriamente ben frequentato, un citofono, e un numero civico. Questo angusto scenario era il primo impatto che riceveva l'avventore. Per la verità, inizialmente, la scelta fu dettata dal timore di avere problemi con il vicinato, disturbi che potevano derivare da un eccessivo andirivieni di clienti. Unitamente al vantaggio di una maggiore semplicità burocratica, furono questi i motivi che convinsero Sasha Petraske a mantenere il *Milk & Honey* quanto più nascosto possibile.

Oltre a essere oggettivamente difficile da trovare, l'ingresso poteva avvenire so-

lo previa prenotazione telefonica. Lo staff si preoccupava di rispondere al telefono, di confermare sera per sera ogni singola prenotazione e di gestire una lista di attesa per chi non riuscisse a trovare posto. Nel mentre Sasha era attentissimo a cambiare numero di telefono ogni qual volta ritenesse il *Milk & Honey* troppo esposto al pubblico. Una volta riusciti a varcare la soglia del locale si veniva trasportati in una atmosfera anni '20, una sala piuttosto buia e illuminata a tratti dalla luce delle candele, una attenta selezione musicale con il jazz sussurrato, classico e affascinante di Ella Fitzgerald, di Lester Young, Cannonball Adderley e Dizzy Gillespie, l'arredamento curato nei materiali e nelle forme, un ampio uso di legno scuro e mattoni rossi.

Per Sasha, gli anni '20 non erano solo un espediente per fare business. Lui stesso ne subiva profondamente il fascino. Nella vita di tutti i giorni indos-



sava l'abbigliamento tipico dell'epoca: larghi pantaloni sportivi, bretelle, camicie a maniche lunghe con quattro tasche e reggimaniche. E ovviamente lo staff del *Milk & Honey* non poteva fare eccezione. L'abbigliamento doveva essere estremamente curato e raffinato anche se Sasha preferiva lasciare ai suoi collaboratori la scelta del singolo indumento, stimolando così in loro la voglia di essere sempre più attenti e ricercati.

Era una caratteristica specifica di Sasha. Sin da subito impostò un rapporto sincero, leale e diretto con tutto il suo staff: voleva libertà e fiducia ed era pronto a darne. Non impostò mai una gerarchia, non c'era anzianità di servizio, ognuno doveva essere responsabile del suo operato e doveva agire secondo coscienza nell'interesse dell'attività e dei colleghi. Ogni membro dello staff possedeva le chiavi del *Milk & Honey* e conosceva la combinazione della cassaforte, i turni di lavoro venivano scelti direttamente dai lavoratori e tutti venivano esortati a un moderato consumo di alcolici, ovviamente mai eccessivo, al fine di meglio rappresentare una atmosfera di rilassatezza e positività. Agli occhi dell'avventore lo staff doveva essere intento a servire con professionalità ma al contempo stando

bene e divertendosi, cosa che effettivamente accadeva.

Sasha Petraske non era qualcuno che poteva fermarsi alle apparenze. Sin da subito volle impostare una serie di "Regole della Casa". All'esterno del *Milk & Honey* era vietato indugiare avanti all'ingresso e bisognava evitare qualsiasi tipo di rumore. All'interno gli uomini avevano l'obbligo di togliere i cappelli, di astenersi dal parlare con le signore senza il loro esplicito consenso, di evitare di parlare di argomenti violenti e di cattivo gusto. Era fatto divieto di tenere un tono alto di voce e chiunque, anche se famoso o importante, doveva attenersi alle regole per le prenotazioni. Si era inoltre responsabili per i comportamenti delle persone con cui ci si accompagnava. Le "Regole della Casa" rispondevano a delle esigenze di natura pratica legate al rumore ed ai rapporti con il vicinato, ma mettevano anche in evidenza l'attenzione che Sasha riponeva nel volere dare all'ospite una atmosfera per veri gentiluomini.

Il *Milk & Honey* aveva dunque tutte le caratteristiche per una buona riuscita ma Sasha, non ritenendosi ancora soddisfatto, concentrò tutte le sue attenzioni sull'offerta. Attraverso una serie di scelte commerciali coraggiose arrivò a definire standard altissimi agli inizi del 2000. Per prima cosa non adottò mai un menù, preferì circondarsi di uno staff composto solo da bartender che potessero accompagnare l'ospite nell'ordinazione del drink aiutandolo e consigliandolo qualora gli

Nascosto, privo di insegne, il Milk & Honey fu mantenuto il più segreto possibile, secondo la regola dello Speakeasy

THE PENICILLIN di Sam Ross

INGREDIENTI

- 1 3/4 oz blend of Scotch Whisky
- 3/4 oz succo di limone
- 3/8 oz sciroppo di zenzero fresco
- 3/8 oz sciroppo di miele
- 1/4 oz Islay Single Malt Whisky float

PROCEDIMENTO

Metodo: Shake & Strain. Glass: Highball glass. Guarnizione: ginger & lemon peel

SUGAR PLUM di Joseph Schwartz

INGREDIENTI

- 2 oz Gin
- 1 oz succo di pompelmo
- 1/2 oz melassa di melagrana

PROCEDIMENTO

Metodo: Shake & Strain. Glass: cocktail glass. Guarnizione: no

SILVER LINING di Joseph Schwartz

INGREDIENTI

- 1 1/2 oz Rye Whiskey
- 3/4 oz succo di limone
- 3/4 oz Licor 43
- Egg white
- Top soda water

PROCEDIMENTO

Metodo: Shake & Strain. Glass: Collins. Guarnizione: no

THE GREENPOINT di Michael McIlroy

INGREDIENTI

- 2 oz Rye Whiskey
- 1/2 oz Punt e Mes
- 1/2 oz Yellow Chartreuse
- dash Angostura bitter
- dash orange bitters

PROCEDIMENTO

Metodo: Shake & Strain. Glass: cocktail glass. Guarnizione: no

THE RED HOOK di Vincenzo Errico

INGREDIENTI

- 2 oz Rye Whiskey
- 1/2 oz Punt & Mes
- 1/2 oz Maraschino

PROCEDIMENTO

Metodo: Stir & Strain. Glass: cocktail glass. Guarnizione: no

fosse richiesto. Fu una mossa vincente, gli ospiti apprezzarono sin da subito la possibilità di ricevere un servizio competente e particolarmente preparato.

Sasha poté avere come collaboratori alcuni dei migliori talenti del bartending in circolazione, con i quali comporre uno staff realmente eccezionale. Tra i collaboratori del *Milk & Honey* si possono trovare nomi come Sam Ross, Joseph Schwartz, Vincenzo Errico, Michael McIlroy, Toby Maloney. Un *dream team* dello shaker. Questo staff di veri talenti non tardò ad apportare un significativo valore aggiunto all'offerta del *Milk & Honey*. Nel corso dei 13 anni di apertura della sede del Lower East Side furono creati drink che hanno esteso la popolarità del *Milk & Honey* in tutto il mondo, venendo apprezzati e riconosciuti, affermandosi come veri e propri classici moderni.

Affidare il servizio, anche ai tavoli, a dei bartender, rese più facile illustrare e far comprendere ai clienti la scelta di lavorare solo con frutta fresca, centrifugata o spremuta al momento, rispettandone la stagionalità, e servendo alcuni drink solo in determinati periodi dell'anno.

Sam Ross balzò agli onori delle cronache nel 2005 grazie al The Penicillin drink (vedi box). L'italiano Vincenzo Errico prima, e Michael McIlroy poi, tra il 2003 ed il 2005 lavorarono, rispettivamente, al Red Hook ed al Greenpoint Drink, cocktail ispirati ai quartieri di New York. Drink con cui ottennero numerosi successi e riconoscimenti.

Il ghiaccio era un altro elemento a cui veniva prestata una particolare attenzione. Con una scelta pionieristica iniziò a utilizzare solo ghiaccio cristallino in blocchi, lavorato a mano per le esigenze e le dimensioni esatte dei bicchieri del *Milk &*



ATTABOY BAR
DUE IMMAGINI
DEL LOCALE
CHE HA PRESO
IL POSTO DEL
MILK & HONEY.

Honey. Tutti i particolari venivano curati nel dettaglio: dalle cannuce in acciaio fatte realizzare a mano alla candela posta sul vassoio di servizio per esaltare i colori dei drink in transito, ai più di settanta set di shaker alle spalle del bartender. Tutto era studiato per soddisfare il bisogno di perfezione.

La job description che i bartender di Sasha ricevevano era un manuale senza eguali nel mondo; su quel quaderno nero

vi era scritto perfino dove posizionare determinati drink sul vassoio, la deperibilità dei drink secondo la visione di Sasha, per la quale, ad esempio, il Mai Tai era il drink che deperiva più in fretta, la temperatura che doveva avere l'acqua per lavare i tin.

Ricerca della perfezione, cura maniacale dei dettagli hanno sempre contraddistinto Sasha Petraske. Che aveva ben chiara un'idea quando aprì il *Milk &*



SAM ROSS
DA BARTENDER
DEL MILK &
HONEY A
GESTORE
DELL'ATTABOY
BAR INSIEME
CON MICHAEL
MCLROY.

Honey: non voleva offrire una intellettualizzazione di un cocktail. Voleva lavorare su basi solide ed elementi tangibili, sosteneva fermamente l'importanza della professionalità di un bartender ma evitava accuratamente di oltrepassare quel confine che separa la professionalità e la perfezione dalla vanagloria. Ed è forse proprio questo elemento che, fino all'ultimo giorno di lavoro nella sede del Lower East Side, ha reso il *Milk & Honey* un esempio da cui imparare.

Nel 2013 la storica sede del Lower East Side ha chiuso ufficialmente con il nome *Milk & Honey*, e adesso ospita *Attaboy* che, gestito da due vecchie conoscenze come Sam Ross e Michael McIlroy, porta avanti idealmente un discorso incominciato quella notte di capodanno di fine millennio.

Il *Milk & Honey* New York dopo il trasferimento dal Lower East Side trovò casa

nel Flatiron District, ma qui non ha avuto vita semplice e Sasha ha dovuto annunciare un ulteriore cambio di sede di cui però non si hanno ancora notizie. Sasha, come si addice a una personalità come la sua, resta in costante movimento. Dopo avere avviato, nell'aprile 2002, una sede a Londra del *Milk & Honey* disposta su tre piani, con una parte riservata ai soli membri e con degli elevatissimi standard di qualità e di servizio, si è lanciato in numerose altre avventure come il *Little Branch*, un bar più accessibile ma con lo stesso spirito di sempre, il *The Varnish*, uno speakeasy in piena regola, e, con alterne fortune, in molte altre collaborazioni e aperture che lo vedono impegnato giorno dopo giorno a portare avanti la sua idea e la sua costante ricerca di perfezione nei dettagli. *Because perfection is in details.*

Dario D'avino e Vincenzo Errico

1821 MARASCHINO *L'originale.*

Scopri uno dei liquori italiani più antichi, creato da Luxardo nel 1821 con le ciliegie marasche delle proprie piantagioni. Una ricetta esclusiva, tramandata di generazione in generazione, dà vita a un distillato dal profumo intenso, armonioso e deciso da gustare liscio, esaltante con la frutta e perfetto nei cocktail più famosi. Maraschino Luxardo: scegli l'originale.

LUXARDO

Luxardo promuove il bere responsabile





BOADAS LEGACY

Cuba, papà Miguel e la “banda” del Floridita

DI ALESSANDRO PALANCA

Quando si parla di Cocktail Golden Age, come il momento in cui il cocktail visse una fase molto importante per diffusione, qualità del bartending e dell'offerta, dei bar e dell'industry in generale, bisogna coniugarla al suo preciso contesto geografico. È infatti corretto parlare di questo perio-

do come un processo che si è sviluppato in tempi diversi in determinate realtà.

In America si sviluppa tra il 1880 e il 1920, quindi sino all'alba del Proibizionismo. Tra i suoi protagonisti si ritrovano Harry Johnson, Willy Schmidt e altri che avevano a disposizione un prezioso strumento: i segreti professionali di Jer-



ry Thomas racchiusi nel suo libro e gli scambi di informazioni, nuovi standard e ricette che cominciano a svilupparsi con l'Europa che viveva la sua prima era del cocktail. Il flusso clientelare, nuovi prodotti, le informazioni su quello che succedeva nei due continenti viaggiavano sull'onda dello sviluppo dei mezzi di comunicazione. Con il Proibizionismo questo processo si intensificò e fu l'Europa ad avvantaggiarsene grazie all'immigrazione dei bartender americani. Brown e Miller indicano che la Golden Age del cocktail in Europa sarebbe durata almeno sino al 1950.

Le città protagoniste di questo fenomeno furono le grandi capitali europee con Londra e Parigi in testa e altre località simbolo di glamour e life style come Deauville e Venezia, ma anche Roma, Montecarlo, Madrid, Barcellona e Istanbul. Quando i bartender americani tornarono in USA alla fine del Proibizionismo ci fu un reverso di esperienze professionali, una fusione di stili e ricette che andarono alla scoperta e conquista di nuovi mercati.

Ma c'era un'altra Golden Age che nello stesso momento stava succedendo in un'isola dei Caraibi che fu ben presto definita la piccola Parigi dei Caraibi



RICORDI D'EPOCA

IN ALTO ALCUNI BARMAN SPAGNOLI. A DESTRA E QUI SOPRA MIGUEL BOADAS E IL LIBRO DEI COCKTAIL. NELLA PAGINA ACCANTO BARTENDER DEL CLUB DEL BARMAN.

per il suo stile di vita: Cuba. Sostanziosa, cosmopolita, elegante, per molti versi anche elitaria, l'isola caraibica e la sua Cuban Golden Age avrebbero impresso alla cocktail culture dei tratti dai quali la storia avrebbe preso a parlare una nuova lingua. Era lo spagnolo dei *cantineros*, un nuovo termine che in quel momento fece

la sua comparsa per identificare una nuova professione. Lo stile dei cantineros e la versatilità ed eleganza del Rum divennero un elemento fondamentale della cocktail culture classica. Dietro lo stile dei cantineros vi era una ispirazione che arrivava dal paese che nella storia di Cuba aveva avuto un ruolo fondamentale, la



Spagna per la quale Cristoforo Colombo aveva scoperto l'isola. Cuba stessa era un cocktail di razze, culture e società, credenze e costumi che divennero lo spirito di Cuba. Nel suo libro *Motivos de Son*, Nicolas Guillén avrebbe scritto che lo spirito di Cuba era *mestizo*.

L'influenza spagnola si fece sentire anche nel bartending grazie a persone come Don Narciso Sala Parera, Costantino Ribalagua Vert, Emilio "Maragato" Gonzalez e Miguel Boadas. Quest'ultimo era un immigrato di origine catalana originario di Lloret del Mar. Intravide in Cuba una nuova prospettiva di vita e vi si trasferì accompagnato da sua moglie Josefa Parera Marti.

Miguel Boadas Guinart, il suo nome completo, arrivò a Cuba verso la fine del 1800, prima ancora che Cuba diventasse indipendente dalla Spagna con l'aiuto, non disinteressato, degli americani. Miguel aprì un bar nella stessa strada dell'attuale Bodeguita del Medio, Calle del Empredrado. Era il 1895 e Miguel Boadas e Josefa Parera ebbero il loro primo figlio, Miguel Boadas Parera. Il piccolo

Miguel cominciò a respirare la bartending life sin dalla più tenera età e già da piccolo passava il tempo nel bar osservando il padre che lavorava. I genitori decisero che il piccolo Miguel avrebbe studiato in Spagna e fu così che Josefa tornò a Lloret el Mar con il figlio. A 13 anni il piccolo Miguel, dopo avere finito la scuola, tornò a Cuba e iniziò a lavorare con il padre nel bar.

Papà Boadas intuì subito che il piccolo Miguel aveva un talento per il bartending e dopo qualche anno lo mandò a fare esperienza con un grande bartender che era anche suo cugino. Si trattava di Narciso Sala Parera, proprietario del Florida poi cubanizzato nel celebre Floridita. Alla corte di Narciso il giovane Miguel imparò una tecnica della quale sarebbe diventato maestro, il *throwing*.

Al Florida l'head bartender non era

Cosmopolita e sofisticata, Cuba insieme alla Cuban Golden Age avrebbe fatto la storia della cocktail culture



qualcuno che passava per caso. Si trattava di Costantino Ribalagua Vert, "Costante", che avrebbe poi rilevato il bar da Narciso Parera quando questi decise di ritirarsi a Madrid dopo venti anni alla guida del bar. Miguel si perfezionò sotto la guida di Costante. A 31 anni decise di concedersi una vacanza per andare a

trovare i suoi parenti in Spagna. A Lloret del Mar incontrò Maria Ribas Utse e se ne innamorò. È in questo momento che inizia la saga dei Boadas in Spagna, a Barcellona. Il 10 maggio 1927 Miguel sposò Maria e decise di non tornare a Cuba. Si trasferì nella città catalana e cominciò a lavorare in diversi bar. Il primo fu

LE RICETTE

BOADAS COCKTAIL

INGREDIENTI

- 1/3 Rum bianco
- 1/3 Orange Curacao
- 1/3 Dubonnet

PROCEDIMENTO

Preparare nel mixin' glass e servire in cocktail glass.
Guarnire con ciliegia.

CANALETAS COCKTAIL

INGREDIENTI

- 1/3 Gin
- 1/3 Campari
- 1/3 Dubonnet
- 1 dash Cointreau

PROCEDIMENTO

Preparare nel mixin' glass e servire in cocktail glass. Guarnire con ciliegia.

MARIA DOLORES

INGREDIENTI

- 1/3 Brandy
- 1/3 Crème de Cacao
- 1/3 Orange Curacao

PROCEDIMENTO

Preparare nel mixin' glass e servire in cocktail glass. Guarnire con ciliegia.



**IL BOADAS
OGGI**
QUI SOPRA
MARIA
DOLORES,
FIGLIA DI
MIGUEL
BOADAS.
NELLA PAGINA
ACCANTO IL
PREMIO
CONFERITO AL
BAR.

il Moka Bar, poi Nuria e la Maison Dorée prima di arrivare al Canaletas Bar vicino Las Ramblas. Al Canaletas il banco era stato disegnato sulle specifiche richieste di Miguel Boadas.

Il momento forse più importante della carriera di Miguel Boadas fu quando aprì il suo primo bar, il *Boadas Bar* in Tallers Street, sempre vicino le Ramblas, a Barcellona. Era l'11 ottobre 1933. Da quel momento Miguel Boadas divenne uno degli ambasciatori della cocktail culture in Spagna, diffondendo la cultura del bere buoni drink e parlandone in rubriche fisse anche in tv e radio. Questo succedeva in Catalogna mentre a Madrid regnava Pedro Chicote. La sua popolarità crebbe tantissimo e nel 1962 fondò il Club del Barman, la prima associazione spagnola di bartender che avrebbe guidato sino alla sua morte che avvenne il 2 maggio 1967.

Miguel aveva avuto una figlia, Maria Dolores. Uno dei desideri di Miguel Boadas era che sua figlia diventasse la prima bartender donna spagnola per continuare la sua tradizione. Miguel Boadas era stato profeta in patria e il suo orgoglioso desiderio sarebbe stato esaudito. La piccola Maria Dolores a nove anni giocava con i bicchieri nel bar, li suonava con i tools del padre. Miguel immaginò che la sua tradizione sarebbe continuata con Maria Dolores e così fu. Maria avrebbe assimilato il lavoro del bartender e il Boadas Bar sarebbe stato da lei gestito insieme al marito Josè Luis "Josep" Mareda.

Dal *Boadas Bar* sarebbero passate generazioni di bartender. Quei bartender che avrebbero omaggiato Miguel Boadas portandone la tradizione in tutti i bar di Spagna. La tradizione sarebbe continuata.

Alessandro Palanca

TENDENZA LISBONA

Nell'ottocentesco Pavilhao da Exposicoes la seconda edizione della kermesse portoghese

DI JONATAN FERRI E MATTEO REBUFFO

Il Portogallo è una terra affascinante con la possibilità di deliziare il mondo con alcuni dei prodotti più complessi e affascinanti: i vini Porto e Madeira. La miscelazione è sempre stata sottotono e timida. Ma la cocktail craze che ha contagiato il nuovo millennio è approdata anche in questa parte della penisola iberica e i risultati cominciano a vedersi.

Il motore di questa cocktail culture lusitana è sicuramente il Lisbon Bar Show, giunto alla seconda edizione, che si è tenuto nella capitale Lisbona il 19 e 20 maggio. Il LBS si presenta come un ambizioso e riuscito evento che punta a una rilevanza mondiale, grazie al grande numero di brand partecipanti e speaker di primissimo piano che arricchiscono la kermesse.

Cornice dell'evento è stato il monu-



mentale ottocentesco Pavilhao da Exposicoes, immerso in un parco di 100 ettari con una vista spettacolare sul fiume Tejo. «Una location meravigliosa, ispirata al Trocadero di Parigi – ha commentato Alberto Pires fondatore del LBS – ma non è solo per estetica che è stata scelta. La conformazione a gallerie strette ci ha permesso di allestire lo spazio utilizzando molto meno materiale di quello che si usa in uno spazio aperto, ottimizzando costi e logistica dell'evento, offrendo comodità per i visitatori, pratica dislocazione degli stand e ottima visibilità agli espositori».

È indubbio che per il successo della fiera, che ha contato 1.500 partecipanti nella prima edizione e più del doppio quest'anno, sia stata lungimirante la visione di Alberto e la sua determinazione a che il LBS diventi un evento di suc-



cesso. «Per una fiera di livello mondiale bisogna innanzitutto concentrarsi sul coinvolgimento delle aziende. E per avere il loro appoggio è fondamentale avere una cost structure estremamente flessibile, che dia la possibilità di ingresso a piccoli

player, nonché dare incentivi a quelli che invitano personaggi di rilievo nel mondo del bartending».

Con una presenza di oltre il 90% delle aziende ufficialmente presenti sul mercato portoghese (anche alcuni brand

UM PAINEL DE
ORADORES
REUNIDOS EM
PORTUGAL

19
MAIO



JÖRG MEYER
CORTESIA GIN SUI
THE TON BAR, HAMBURG, GERMANY
21st WORLD BEST BAR



MARIAN BEKE
CORTESIA ESCOLA BEZÃO
NEIGHTS, LONDON
3rd WORLD BEST BAR



PHILLIP DUFF
CORTESIA GLOBAL
PREMIUM BRANDS



TOMAS ESTES
CORTESIA ICON KEY
CAFF FACILITCO



DAVID REIS
CORTESIA DIASIO
PAT FISHBAR, LISBOA



LUCA ANASTASIO
DIEGO CABRERA
FLORJA BAR, MADRID



JONATHAN
FERRÉ ABBANEL
LES RINGES BAR, GENOVA



TATJANA
PETRAKOVA
RUSSIAN STRAIGHT



DAVID GONZALEZ
MANZANO
SHIRAZI L'ARAYA, MADRID



GIANCARLO
MANCINO
MAN: END VELOCITY



ALEX KRATENA
AL SEULAN BAR, LONDON
3rd WORLD BEST BAR



JOANNE MOORE
MASTERS BLENDED GIN



DENNIS ZOPPI
SMILEY THEE, TORIN



STEPHANE MOESLE
MORLEN



PEDRO PAULO
CERVEL BAR, LONDON

20
MAIO



AGO PERRONI
CONVULSION BAR, LONDON
11th WORLD BEST BAR



JARED BROWN
ANASTATIA MILLER
MIXOLANY



CHARLES SCHUMANN
CORTESIA SMOOTH TWISSEL
GERMANN'S BAR, NEWYORK
11th WORLD BEST BAR



PAULO FIGUEIREDO
BRAND AMBASSADOR
ABOLICIONAELINA E CASA DEAS



STEVE SCHNEIDER
CORTESIA BACARDI
TAPATULS ONLY, NY
11th WORLD BEST BAR



TRISTAN
STEPHENSON
PUBLIC BAR, LONDON
FRESH MOVEMENT



JAVIER CABALLERO
TALKER TALKERS EXPERIENCE



JOÃO EUSÉBIO
ESCOLA NAO LITRE



VASCO MARTINS
TARTY BAR, PORTO COLA



DINO ZEPPE
CORTESIA DRINKS NATION



ALEXANDRE GABRIEL
CORTESIA SS COMPANY
MASTERS BLENDERS



ALBERTO PIZARRO
CORTESIA AEL

non distribuiti ufficialmente), con tutti i global beverage player e anche quella di piccole aziende, il sistema funziona. La quasi totalità degli stand presenti erano multibrand a testimoniare un equilibrio tra majors e niche brand. Obiettivo degli organizzatori è di fare del Lisbon Bar Show una forza di cambiamento e miglioramento del bartending locale fatto di migliaia di bar di ogni tipo. Con migliaia di barman che, vivendo isolati dai trend

della mixology internazionale, pensavano erroneamente di avere raggiunto un livello sufficientemente alto. Il LBS intercetta e modifica questa condizione proponendo seminari di alcuni dei più noti bartender mondiali per favorire una prospettiva diversa e moderna alla mixology portoghese.

Questa rivoluzione procede a una velocità impressionante, considerando che la cocktail revolution in Portogallo ha avuto



LBS
ALBERTO PIRES
E EMANUEL
MINEZ,
ORGANIZZATORI
E FONDATORI
DEL LISBON
BAR SHOW.



inizio da poco più di tre anni e, per quanto agli albori e ancora circoscritta, sta dando forti segnali di concentrazione sempre più sulla sostanza e meno sull'effimero.

I bartender locali ci hanno confessato un forte orgoglio e la preferenza per i prodotti nazionali e della tradizione, spesso riproposti in semplici cocktail in qualsiasi tipologia di bar. Questa caratterizzazione della mixability locale è un elemento che denota una presa di coscienza e un livel-

lo professionale che costituisce il vero punto di svolta.

I risultati del LBS sono anche un intenso susseguirsi di cocktail competition, di miscelazione e flair, award per le eccellenze portoghesi, tasting area, e soprattutto seminari dei più eminenti esperti a livello mondiale. Questi spaziavano dal come usare semplici prodotti locali in maniera innovativa (Marian Beke) a come traslare un'idea a un cocktail (Alex Kratena) agli



Torino e Agostino Perrone per il Connaught Bar di Londra. Molti anche gli stand di premium brand affidati a bartender italiani tra i quali Bruno Vanzan per Volare, Luca Vezzali e Filippo Sisti di Carlo e Camilla in Segheria per Flli Branca Distillerie, Giuseppe Baldi per ILLVA Saronno che ha presentato un prezioso Disaronno Reserve.

Tra gli stand era sorprendente anche la quantità di prodotti lanciati da poco sul mercato o in anteprima assoluta: Schweppes Hibiscus, Monin Falernum, Fever Tree Cola, La Fee Boker's e Molasses bitter, Cutty Sark Prohibition 50%, Bitter Truth Pink Gin, William Chase Vin Rose de Provence.

Adesso il bartending portoghese sta correndo per recuperare il tempo perso sull'onda di una scia di grande positività e ottimismo. Con il supporto della sua impressionante organizzazione il Lisbon Bar Show ambisce a divenire uno degli appuntamenti più importanti a livello mondiale e motore e saggia guida della giovane cocktail revolution portoghese.

Jonatan Ferri e Matteo Rebuffo

BARTENDING

DA SINISTRA
BEKE, FERRI,
BALDI . NELLA
FOTO IN BASSO
FILIPPO SISTI E
LUCA VEZZALI
ALLO STAND
BRANCA.

aspetti gestionali nel bar business (Jorg Meyer), all'elogio della semplicità nei cocktails (Jared Brown e Anistasia Miller).

La nazionalità più evidente e maggioritaria tra gli oratori del Lisbon Bar Show era quella italiana. Alcuni di loro hanno condiviso con la platea l'esperienza e il format del proprio bar; Jonatan Ferri e Matteo Rebuffo per Les Rouges di Genova, Dennis Zoppi per lo Smile Tree di

M Mediterranean Inspirations



Register your creations

MEDITERRANEANINSPIRATIONS.COM

DISTILLING YOUR LIFE

Visit ginmare.com to distill other moments like this one.

IMPORTATO DA COMPAGNIADEICARAIBI.COM


GIN MARE
MEDITERRANEAN GIN



VEDI NAPOLI E POI BEVI

Tra “veri” caffè e scenografie mozzafiato, il meglio di Partenope. Forte di un bartending umile e accogliente.

DI VALERIO SPERELLI

Napoli è una perla di bellezza: calda e avvolgente, ospitale come nessun'altra città. Bere un caffè qui è un'esperienza aromatica al limite del sacro: la tazzina a bagno nell'acqua bollente, la macchina del caffè “vera”, una cremosità avvolgente tanto da fare in modo che, al primo impatto, gli occhi si chiudano, in preda a una fugace estasi di piacere.

È indicativo il fatto che Napoli sia l'unica città in Italia in cui si lascia la mancia per il caffè al banco. Per ottenere questo risultato sono serviti decenni di pratica,

di studio, di rispetto della tradizione pur nella volontà di guardare oltre, di venerazione per chi il lavoro lo sapeva fare davvero e aveva, di conseguenza, la possibilità di trasmetterne i segreti. Il bartending partenopeo parte da questo tipo di cultura, questo tipo di umiltà, questo tipo di attenzione al cliente: parte dalla consapevolezza che un ospite è tale solo se ci apriamo completamente alle sue necessità, e cerchiamo di coinvolgerlo in maniera appassionata in quello che stiamo per proporgli. Grazie Napoli, mi sono sentito a casa.



ECCELLENTE



OTTIMO



BUONO



ECCELLENTE



OTTIMO



BUONO

ARCHIVIO STORICO



Salire al Vomero è un'esperienza tra il mistico penitente e l'autoflagellazione: traffico, strade strette, parcheggio al limite dell'impossibile. Lo sforzo verrà però ampiamente ripagato qualora la vostra meta fosse L'Archivio Storico. L'ingresso, volutamente spoglio e dallo scarso appeal, conta su di un piccolo bancone di appoggio e una scaletta ripida e stretta, al termine della quale si apre una piccola anticamera con un quadro maestoso e illuminato ad avere il ruolo principale. Un palco ameno, eppure impalpabilmente incutente un certo timore: qualcosa deve accadere, in questo posto. Ed avvicinandosi al quadro (meraviglia! Mi sono sentito come un giovane Charles Dodgson per un istante), un veloce meccanismo lo lascia scivolare su un lato, rivelando una porta e la prima stanza del locale, e lasciando che la musica proveniente dall'interno tracci la strada per gli avventori. Il primo impatto sono i tavoli del ristorante, l'aspetto curato dei camerieri, la facilità nell'intuire dove si troverà il bancone, grande e importante come possibilmente ci si aspettava dopo un ingresso altamente scenografico. L'aspetto e la forma ricoprono una grande importanza in questo locale e piacevolmente ci accolgono alla scoperta di una sostanza fatta di buoni drink, di prodotti importanti, di amouse-bouche mai banali che possono ben sostenere un'idea di aperitivo di qualità. Punto di riferimento.

BARMAN E DRINK



BAR, ATMOSFERA E SERVIZIO



VIA ALESSANDRO SCARLATTI, 3

SPEAKEASY



Bisogna spostarsi di qualche chilometro fuori Napoli per trovare una delle realtà più belle dell'intera Italia meridionale: lo Speakeasy di Pomigliano è infatti una perfetta sintesi di come l'evoluzione del bar degli ultimi anni possa sposarsi perfettamente con il territorio, per quanto questo possa essere a una prima occhiata ostile o poco aperto al cambiamento e alle novità. Situato in una piazza con relativa zona pedonale, lo Speakeasy (che a differenza di altri locali non ha velleità di nascondersi per rendersi esclusivo, ma vuole utilizzare il nome "speakeasy" solamente per far capire agli avventori la differenza di tipologia di offerta presentata) vive principalmente all'aperto la sua vita primaverile ed estiva: frequentato principalmente da avventori locali, è riuscito nel lavoro più difficile che un barman nel 2015 possa sfidarsi nel portare a compimento la fidelizzazione della clientela mediante differenziazione della proposta, ed il riuscire a lavorare con il materiale umano che la piazza propone. L'ambiente internamente è dominato da una grande bottigliera sullo stile del NightJar di Londra, ma l'affabilità dei modi del titolare e la grande ospitalità sono decisamente di stampo italiano.

BARMAN E DRINK



BAR, ATMOSFERA E SERVIZIO



**PIAZZA MUNICIPIO 19
POMIGLIANO D'ARCO**

AZOTH



Uscendo di appena pochi passi dalle strade della movida partenopea di Chiaia, troviamo l'Azoth, progetto interessante e dal sicuro valore tecnico. I drink sono realizzati con criterio e passione, lo studio dei classici è evidente e piacevole, esattamente quanto l'abilità della mano di chi è dietro il banco – che dimostra una inaspettata sensibilità nella miscelazione di diversi prodotti, il blended su tutti. L'ambiente è ancora – complice l'apertura relativamente fresca – minimale e convoglia l'attenzione su quello che è il punto forte del locale, quel banco bar che è realmente punto di aggregazione, dove non mancano mai spunti di cortese conversazione, e dove non ci si sente mai fuori casa. Lo spazio, per la verità abbastanza ristretto, è ben suddiviso tra tavoli e banco, e non mancano sgabelli che permettono un drink anche agli avventori solitari. Gli arredamenti non sono assolutamente ridondanti e riportano tutta l'attenzione alle radici del nostro lavoro: il contatto umano e il lavoro del barman. Grande attenzione al cliente quindi, che meriterebbe di essere premiata con una più massiccia risposta dell'attento pubblico della Napoli che conta.

BARMAN E DRINK



BAR, ATMOSFERA E SERVIZIO



VIA ASCENSIONE 3A/3B

HAPPENING



Se volete una definizione reale di Energy Bar, dovete venire all'Happening di Chiaia: storico punto di riferimento della Napoli senza pensieri, è uno dei punti immancabili di sosta durante un bar tour della città partenopea. Il clima è sempre allegro, festosamente rumoroso, irrimediabilmente congestionato dall'alta affluenza di clienti, ma dove un sorriso ed una risata non sono mai fuori luogo. È il regno del buonumore e al bar c'è bisogno di gente sveglia, che sappia gestire dei flussi complessi e mantenere quel good mood che caratterizza le serate del locale. L'ambiente è agé con tratti da cocktails and dreams, ma di sicuro l'avventore medio sarà talmente preso dall'uragano di allegria che impera in questo piccolo locale da non preoccuparsi minimamente di cosa è affisso sulle pareti: il bar è fatto dalle persone e non dagli arredamenti. I drink chiaramente rispecchieranno la tipologia di locale: qualche rimando agli anni '80 in più di quanto siamo abituati a vedere normalmente nei bar di primissima fascia, ma sicuramente un lavoro fluido e senza inutili barriere tecniche. Divertente.

VIA BISIGNANO 2

BARMAN E DRINK



BAR, ATMOSFERA E SERVIZIO



FIFTEEN



Nuovo locale di Piazza Amedeo, il Fifteen, che prende il nome dal civico in cui è situato, è un locale gradevolmente friendly dalla caratteristica forma a “T”. Si sviluppa longitudinalmente sia alla sinistra che alla destra del bancone, e caratterizzanti sono anche le diverse isole all’interno delle quali sono situati i tavoli per la cena, che permettono un riservato ma allegro dinner time in compagnia di amici. La clientela è di ottimo livello, non giovanissima ma nemmeno ingessata in cliché stantii: quella Napoli Bene che non può non far piacere trovare all’interno di un locale, e che è segno e sinonimo di un bar che funziona. Grande merito di questa alchimia va alla persona che ha la responsabilità dell’attività, che riesce a trasmettere buonumore, e i cui modi affabili sono una garanzia per chi vuole passare una serata divertendosi e senza pensare troppo alla forma. La posizione è ottima e centrale, trovandosi esattamente nella rinomata Piazza Amedeo. Scoperta.

PIAZZA AMEDEO 15

BARMAN E DRINK



BAR, ATMOSFERA E SERVIZIO





FINEST CALL PREMIUM COCKTAIL MIXES
ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL



Finest Call Premium Cocktail Mix is used to create high quality, consistent, quick and profitable cocktails for bar and restaurant operators worldwide.



Pure Collection



Specialty Cocktails

THE
ORIGINAL
STORE AND POUR PACKAGE



Bar Essentials



“ Scopri la gamma completa sul sito
www.onestigroup.com
Distribuito in esclusiva da Onestigroup S.p.A.
Contatti Tel. +39 0523 24 55 11
customerservice@onestigroup.com”

American Beverage Marketers Delivering the Ultimate Cocktail Experience

AFFUMICATO, PLEASE

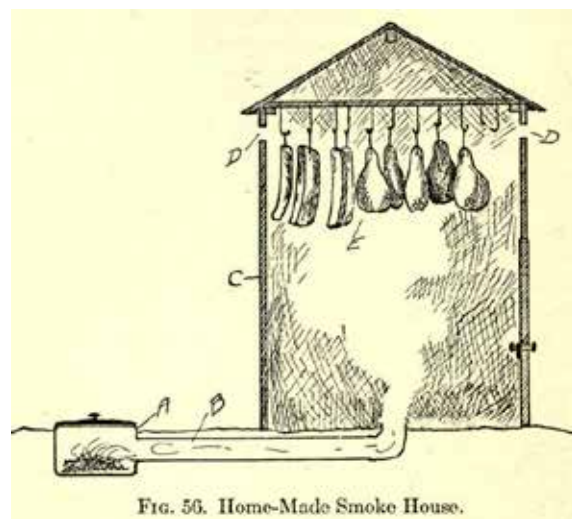
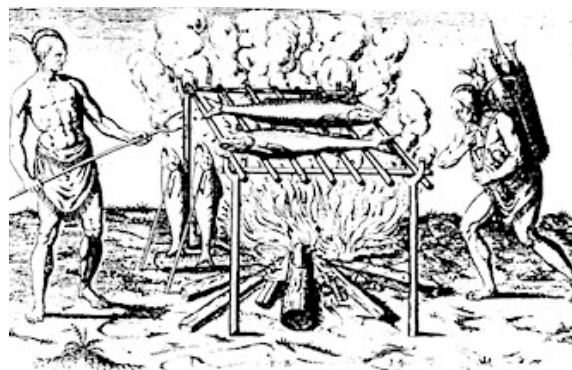
Le dritte giuste per un perfetto smoked drink

DI GIOVANNI CECCARELLI

L'affumicatura è una tecnica di conservazione e aromatizzazione dei cibi, (nel senso più ampio del termine) attraverso l'esposizione di questi al fumo generato dalla combustione del legno o altre sostanze di origine vegetale (spezie secche, the ecc). Scoperto probabilmente per caso dagli uomini delle caverne, questo processo è stato utilizzato per molti secoli con lo scopo di preservare principalmente carne e pesce.

Il fumo che si ottiene bruciando il legno è ricco di sostanze come la formaldeide, l'acido acetico e di alcuni composti fenolici che sono potenti antimicrobici e antiossidanti. Oggigiorno è ancora utilizzata per questo scopo ma, poiché sono stati scoperti metodi di conservazione più efficaci e di trasporto più veloci, l'aromatizzazione è sicuramente il risultato più interessante ed è su questo che ci concentreremo.

Il legno è costituito da tante cellule vegetali le cui pareti sono composte di *cellulosa* ed *emicellulosa*, legate tra di loro dalla *lignina*: cellulosa ed emicellulosa sono composte da zuccheri mentre la lignina è una delle sostanze più complesse in natura ed è formata da composti fenolici. Maggiore è il quantitativo di lignina più duro sarà il legno e maggiore sarà la



temperatura della combustione. Durante la combustione i vari componenti del legno si trasformano in altri composti, alcuni dei quali sono responsabili del profilo aromatico che l'alimento o il drink avranno dopo il contatto con il fumo. Gli zuccheri contenuti nella cellulosa e nell'emicellu-



losa, bruciando tra i 200 ed i 320°C, si trasformano in molecole che possono conferire note fruttate (lattoni e acetaldeide), floreali, di crosta di pane (furani) o burrose (diacetile). Dalla combustione della lignina (temperatura ideale 400°C) invece si sprigionano vanillina, dei fenoli dalla nota

affumicata e pungente e l'eugenolo, dall'aroma di chiodi di garofano.

Il tipo di legno e la temperatura di combustione sono due fattori molto importanti per ottenere un'aromatizzazione gradevole. Quercia, noce e gli alberi da frutto producono un'affumicatura equilibrata al



contrario di pino, abete e conifere che sono troppo ricchi di resina. Per quanto riguarda la temperatura, 400°C è il valore massimo oltre il quale le molecole prodotte rischiano di perdere la loro carica aromatica o di diventare sgradevoli. Per completezza di informazioni è bene ricordare che durante la combustione si generano anche sostanze come il benzo(a)pirene e altri idrocarburi policiclici aromatici, che nel lungo periodo possono essere dannosi per la salute. Anche per questo motivo è importante limitare la temperatura di combustione.

Nel bar i drink affumicati non sono sicuramente una novità e sono stati ampiamente sperimentati tuttavia ottenere un'affumicatura gradevole non è del tutto scontato. Per affumicare un drink esistono diverse tecniche, più o meno complesse. Il metodo più immediato e semplice è quello di utilizzare distillati affumicati nella creazione o interpretazione di un drink. I Whisky scozzesi torbati o i Mezcal, se correttamente dosati, sono ottimi in questo senso. Per comodità è possibile utilizzare anche un nebulizzatore da profumo in plastica per vaporizzare il prodotto nel drink.

Un'altra strategia è quella di utilizzare fumo liquido. La base di questo additivo è acqua che viene insaporita con del fumo. In commercio ne esistono con aromatizzazioni diverse. Prima dell'uso è bene leggere l'etichetta e controllare se esiste una dose massima somministrabile anche se è generalmente più sicuro di un'affumicatura "fai da te". Il fumo liquido deve infatti rispettare dei valori soglia per alcune sostanze potenzialmente dannose presenti al suo interno (D.Lgs. 25 gennaio 1992, n. 107, allegato III). Il procedimento più utilizzato prevede invece di mettere a contatto il drink direttamente con il fu-

REQUISITI DI PUREZZA SPECIFICI DEGLI AROMI DI FUMO

Il fumo deve essere ottenuto per combustione di legna o di vegetali legnosi o parti di essi allo stato naturale, ad esclusione di legna o vegetali impregnati, colorati, incollati, dipinti o trattati in modo analogo.

2. L'estratto di fumo (fumo liquido) non deve contenere:

Benzo (a) pirene	non più di 10 mg/kg
Benzo (a) antracene	» 20 mg/kg
As	» 3 mg/kg
Hg	» 1 mg/kg
Cd	» 1 mg/kg
Pb	» 10 mg/kg
Nitrosammine volatili	inferiori a 1 mg/kg

mo prodotto da un affumicatore portatile (smoking gun o aladino). Molti bartender dopo aver miscelato il drink, lo sistemano dentro una campana di vetro riempita di fumo e lo lasciano a contatto con il gas per qualche decina di secondi.

Utilizzare la smoking gun in questo modo è sicuramente molto coreografico però il drink non avrà un'affumicatura uniforme e gradevole: solo una parte del drink sarà aromatizzata ma potrebbe anche risultare sovra-affumicata.

Molto più funzionale sarebbe preparare

la bevanda in un mixin' glass, riempire una bottiglia col fumo desiderato, versare il cocktail dentro la bottiglia, agitare la bottiglia e immediatamente versarlo in un bicchiere con ghiaccio (Jamie Boudreau, *How to smoke a cocktail*). Meglio ancora sarebbe aromatizzare solo il ghiaccio e poi utilizzarlo per diluire il drink. Affumicare solo il ghiaccio richiederebbe un quantitativo inferiore di fumo a vantaggio dei clienti che potrebbero non gradire l'odore che si disperderebbe nel locale.

Giovanni Ceccarelli

LE RICETTE

A LIGHTHOUSE IN KENTUCKY

INGREDIENTI

- 1 zolletta di zucchero
- gocce di bitter al cioccolato
- 6cl Buffalo Trace Whiskey
- 0.5cl di Laphroaig Islay sm Whisky

PROCEDIMENTO

Preparare come un Old Fashioned.

IN BLOOM

INGREDIENTI

- 3cl di Campari
- 3cl di Carpano classico
- 2cl di Tanqueray

PROCEDIMENTO

Con un affumicatore portatile bruciare dei fiori di arancio essiccati e lasciare a contatto il ghiaccio con il fumo non più di 10 secondi (coprire il bicchiere mentre si esegue questa operazione). Preparare in mixin' glass e mescolare in coppetta.. Guarnire con twist di arancia.

MEXCAN STANDOFF

INGREDIENTI

- 4cl di Tequila blanco 100% agave
- 2cl di Mezcal
- 2cl di Cointreau
- 1,5cl di Succo di lime

PROCEDIMENTO

Preparare nello shaker e mescolare in coppa. Servire con del sale affumicato a parte.

SPECIALITÀ TORINESE

IL VERMOUTH DI TORINO

Fulvio Piccinino - Graphot editore (euro 10.00)

Lo scorso inverno Fulvio Piccinino non è stato con le mani in mano. La prima edizione di *Sapere Bere* è stata aggiornata nella parte dei cocktail con le nuove ricette IBA, un nuovo approfondimento sui Gin, amari e liquori. Era un restyling che si attendeva ed è stata rinnovata anche la veste grafica. Ma la novità è costituita da un lavoro nuovo: *Il Vermouth di Torino*. Con il suo ultimo lavoro appena presentato all'ultima edizione del Salone del libro di Torino l'autore esplora un lontano passato che partendo dall'epoca dei vini ippocratici, i progenitori degli attuali Vermouth, si è evoluto sino ai giorni nostri tra nobiltà e anche miserie, tra eccellenze nuove e di sempre, attraverso fasti ma anche periodi bui.

Torino 1786: luogo e data che hanno sancito la nascita di uno standard di qualità ed è attorno a questi punti fermi che l'autore dedica spazio alle materie prime, con grande attenzione a droghe ed erbe, al metodo produttivo. Infatti il libro parla solo della specialità di Torino. Uno spazio è dedicato anche alla nascita di nuovi brand caratterizzati dall'essere frutto dell'intraprendenza di una nuova generazione di bartender. Questi ultimi hanno individuato nel Vermouth un concetto di qualità, da esaltare sino a farne uno dei portabandiera della nascita di una nuova cocktail craze mondiale. Sono ben presenti i produttori storici, i marchi scomparsi e quelli



rinati. Infine i cocktail eseguiti con questo caposaldo della miscelazione tradizionale: dall'Americano allo Zuavo, passando per i classici Negroni e Martini Dry cocktail.

Un'opera completa e supportata da una ricca bibliografia. Per chi si avvicina al Vermouth, ma soprattutto per chi vuole approfondire la conoscenza di questa eccellenza italiana. Uno strumento che non può mancare nella biblioteca degli addetti ai lavori e degli appassionati del sapere bere. Non ultimo, il fatto che la Regione Piemonte e Turismo Torino hanno patrocinato l'opera.

Alessandro Palanca

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

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