

BarTales

ANNO II | N. 11 | LUGLIO 2015

Face to face
IL SENSO DI TOM
PER IL GIN

Liquid story
SPIRIT
BROTHERS

Zoom
I NUOVI
"TORINESI"



WORLD CLASS

ITALIAN SHOW

Brancamenta

E' LA **BEVANDA PERFETTA**
IN **OGNI STAGIONE** PER UNA
LUNGA SERATA *ALL'INSEGNA DEL*
GUSTO E DELLO **STILE**.

LA SUA **FORMULA SORPRENDENTE**,
MIX UNICO DI **ERBE** E
SPEZIE, È *ARRICCHITA DALL'* OLIO
ESSENZIALE DI **menta piperita**
piemontese, *LA PIÙ* **PREGIATA**
AL MONDO *E PARTICOLARMENTE*
RINFRESCANTE

TRENDY & EXTRA-COLD

DA GUSTARE RIGOROSAMENTE "SOTTO ZERO"

O CON 2/3 CUBETTI DI GHIACCIO.

*DA NON PERDERE L'***IRRESISTIBILE**

COCKTAIL Mintonic



Brrr...

Un intenso brivido di piacere



www.branca-menta.it

Bevi responsabilmente



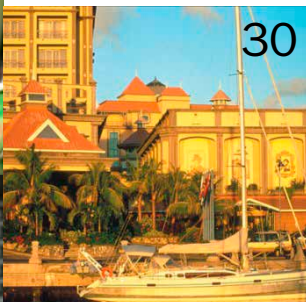
12



16



24



30



36



42



48



52

- 7** **L'editoriale** di Melania Guida
QUELLO CHE HOPPER CI SVELA
- 8** **News** DAL MONDO
- 12** **Face to face** di Melania Guida
IL SENSO DI TOM PER IL GIN
- 16** **Liquid Story** di Max Nagel
SPIRIT BROTHERS
- 24** **Bar Story** di Gianni Zottola
I KON-TIKI DI JOE
- 30** **Focus on** di Giulia Arselli
BENVENUTI AL LABOURDONNAIS
WATERFRONT HOTEL
- 36** **Competition** di Fabio Bacchi
ITALIAN SHOW
- 42** **Cult** di Luca Di Francia
LA LEZIONE DI TEOFRASTO
- 48** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli
SE LA SCIENZA SPOSA IL BAR
- 52** **Zoom** di Fabio Bacchi
RUBINO E AMBRATO: I NUOVI "TORINESI"
- 58** **Report** di Valerio Sperelli
LA RISCOSSA DELL'EMILIA ROMAGNA
- 66** **Book corner** di Alessandro Palanca
È TEMPO DI "FOODPARING"

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giulia Arselli, Giovanni Ceccarelli,
Luca Di Francia, Max Nagel,
Alessandro Palanca, Valerio Sperelli,
Gianni Zottola**

EDIZIONE WEB A CURA DI

Dinamica Digitale srl

(info@dinamicadigitale.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

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.

COPERTINA

Elaborazione grafica su opera di Edward Hopper
Nighthawks (1942)

1821

CHERRY

L'inimitabile.

*Lasciati conquistare da un liquore
unico e dalla tradizione antica,
ottenuto dalle ciliegie marasche
coltivate nelle piantagioni Luxardo.
Intenso e vellutato da assaporare
liscio, eccezionale nei cocktail più
famosi, semplicemente straordinario
abbinato con il cioccolato fondente.
Sangue Morlacco: gusta l'inimitabile.*



LUXARDO

Luxardo promuove il bere responsabile

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

QUELLO CHE HOPPER CI SVELA

È uno dei capolavori della storia dell'arte mondiale, "Nighthawks". Tra i più simbolici dell'arte americana del XX secolo. E già il titolo, "Nottambuli" o "Falchi notturni" nella traduzione letterale, la dice lunga. È il quadro più famoso di Edward Hopper, quello che tutti hanno visto almeno una volta. Con pennellate abbaglianti, nette, e geometrie lineari, quasi astratte, Hopper, era il 1942, pensò di aver dipinto la solitudine di una grande città. Aveva concentrato la sua riflessione su un'anonima coppia seduta davanti all'immenso bancone di un bar che a Greenwich Avenue incrociava due strade. Nella scena: il barman, la coppia e l'uomo seduto di spalle. Riuniti nello stesso locale eppure distantissimi, profondamente immersi nei propri pensieri, nella propria solitudine. Infusi nella propria consapevolezza. Non credo ci sia un bar più famoso, nella storia dell'arte del Novecento e non solo, di quello di Hopper.

Il bar e il suo archetipo, dunque. Quintessenza di quella poesia del silenzio che avrebbe ispirato più di un poeta. Abbiamo scelto "Nighthawks" per un numero che segna il secondo compleanno di BarTales e che più di ogni altro celebra, questo mese, l'autentica filosofia del bar. Con il racconto (*a pag. 36*) che Fabio Bacchi fa della finale italiana della sfida World Class. Non una sfida qualunque alla ricerca del cocktail migliore. Francesco Cione, che ha vinto la finale, l'ha definita la sfida delle sfide. Quella che gioca in solo colpo professionalità, esperienza, comunicazione. Assorti nella concentrazione più imperturbabile. Al limite del trascendentale. Di fatto, a dispetto di sottofondi e colonne sonore, soli, nel silenzio della propria missione. Come aveva perfettamente intuito Hopper.



TALES OF THE COCKTAIL

L'edizione del più importante evento al mondo dedicato al bartending si svolgerà dal 15 al 19 luglio nella capitale della Louisiana. A seguire la gigantesca kermesse sono previste 100.000 persone provenienti da tutto il mondo. Più di 300 testate giornalistiche accreditate, BarTales compresa, la presenza in circa 200 eventi di tutta la bar industry con i più autorevoli relatori e una folta e significativa presenza del bartending italiano.

Quest'anno Tales Of The Cocktail on tour, il format itinerante della manifestazione, ha fatto tappa a Mexico City dopo Vancouver e Buenos Aires degli anni scorsi.



SFIDA SIGNORE DEL DRINK

Dopo aver ottenuto successo e consensi in tutt'Italia – con finali a Pesaro, Cervia, Perugia, Salsomaggiore, Roma, Rapallo, Bibione, Milano, Genova, Lido di Camaiore, e Riccione – la 19a edizione di Lady Drink si terrà il 19 ottobre al Villa Appiani Hotel di Trezzo sull'Adda (Milano). Da sempre sotto la regia di Danilo Bellucci, Lady Drink si contraddistingue dagli altri concorsi perché sono tante le categorie in gara. Dai Long Drink per emergenti ai Pre Dinner, agli After Dinner e agli Sparkling. Il concorso si tenne per la prima volta a Perugia nel 1996: è ancora l'unica manifestazione che fa incontrare le migliori barlady italiane e straniere che si contendono il titolo di "regina della mixability".

UNA BANDIERA DI SUCCESSI

Absolut Colors è la bottiglia in edizione limitata per l'estate 2015. Dedicata a coloro che credono nella libertà di pensiero, alle persone che vogliono esprimersi in modo autentico attraverso l'arte, l'amore o qualunque altra forma, senza distinzioni e ovunque nel mondo. Finalmente l'atteso ritorno di una bottiglia che ha segnato un anno, il 2008, a celebrare il trentesimo anniversario della *bandiera arcobaleno*: conferma dell'impegno di Absolut contro ogni forma di discriminazione.

Tripudio di orgoglio e gioia di vivere, Absolut Colors è l'omaggio all'artista Gilbert Baker, il creatore dell'iconica bandiera realizzata nel 1978.



ABI COMPETITION



Si svolgerà nel mese di novembre a Trieste una cocktail competition di ampio profilo internazionale organizzata da ABI Professional. Sono al momento ben 17 le associazioni di bartending estere che hanno confermato la loro partecipazione all'importante kermesse. L'evento sarà contornato da educational e con la presenza dei maggiori brand della bar industry nazionale e internazionale. In Italia la partecipazione è aperta a tutti i bartender indistintamente previa selezione a cura dell'organizzazione. Slovenia, Croazia, Austria, Montenegro, Serbia, Repubblica Ceca, Slovacchia, Ungheria, Spagna, Olanda, Ucraina, Montecarlo, Belgio, Svizzera, Inghilterra, Grecia e Polonia hanno già confermato la loro adesione.



LE REGOLE (SVIZZERE) DEL CAFFÈ

Un approccio scientifico per assaggiare il caffè, con tanto di scheda tecnica ricavata a partire da quella enologica, completa di categorie e voti in decimi. Ci hanno pensato gli svizzeri della Nespresso che ad Avenches offrono la possibilità di degustare la tazzina con la guida di esperti per aggirare ogni pregiudizio. Come? Esercitando al meglio vista, olfatto e gusto. E abbinando il caffè a piatti dolci o salati. Per veri intenditori.

SCOTCH WHISKY ALL'ASTA

Una bottiglia di The Croft Fine Old Scotch Whisky è in vendita sul sito della casa d'aste Scotch Whisky Auctions. Apparteneva all'equipaggiamento del caporale scozzese William Mill durante la Grande Guerra ed avventurosamente rientrata in Inghilterra nel 1918. Prodotta tra il 1889 e il 1908 è ancora in ottime condizioni ma gli esperti non si pronunciano sul suo contenuto sino ad oggi ritenuto quasi sconosciuto, nonostante le ricerche. Al punto da credere che si tratti di una rarità prodotta in pochissimi esemplari e andati tutti persi. Peter Burns, il banditore d'asta assicura tuttavia che il Whisky sia in ottime condizioni.



BEVI RESPONSABILMENTE



MEZCAL
100%
agave

40% Alc. Vol.
MEZCAL
Yuu Baal 1859

JOVEN
Espadin
* EL ABUSO EN EL CONSUMO DE ESTE PRODUCTO ES NOCIVO PARA LA SALUD *
Cont. Net. 700 ml

MEZCAL

1859

Yuu Baal



MezcalYuuBaal.com
Importato da: CompagniaDeiCaraibi.com

IL SENSO DI TOM PER IL GIN

Con l'ultima
formula magica:
very italian style

DI MELANIA GUIDA

A dispetto del ritardo aereo e del traffico romano nell'ora di punta Tom Nichol, fende serafico la hall dell'albergo di Ponte Milvio. Imperturbabile come ci si aspetta da uno scozzese, anodino come nella natura del distillato di cui è maestro.

Attacco con la notizia del ritiro dalla "fortezza" di Cameron Bridge, quartier generale di Tanqueray e mi gela con una parziale smentita: «Non mi ritiro affatto. Non sarò più master distiller ma ho ancora molto da fare, sicuramente come Ambassador in giro per il mondo». Touché. Cerco un recupero sulle tre cose che farà nel tempo libero (a patto che ne abbia) e finalmente mi sorride: «La pesca, andare

in moto, e arrampicare in montagna».

Mica male per un gentleman, ufficialmente in pensione dal 3 luglio («volevo che il mio primo giorno di ritiro coincidesse con il giorno dell'indipendenza»), di recente premiato con il Lifetime Achievement Award del Guild Gin (è il secondo professionista del settore a ricevere il riconoscimento che gli è stato consegnato dal cerimoniere della The Gin Guild, Christopher Hayman) e che per 42 lunghi anni ha distillato e mescolato botanical. Non sempre Gin, per la verità. Il suo esordio nella spirit industry è con il Whisky, ma quando la distilleria da Londra si trasferì in Scozia, il passaggio al Gin (che gli piace molto, confessa) è stato obbligato.



Che cosa cambierà nella sua vita? «Farò tutto in maniera più rilassata. Soprattutto non farò ogni giorno quelle 70 miglia in macchina per andare a lavoro. Magari girerò il mondo in lungo e largo, ma la macchina non la voglio più vedere». Se facesse un bilancio? «Ho avuto la più fantastica carriera che potessi immaginare e il piacere di essere master distiller per Tanqueray». Il ricordo più vivido? «La prima volta che ho distillato Tanqueray Ten e il suo sorprendente aroma di camomilla. Pensai, quasi commosso, che ero davvero molto fortunato ad essere io ad aver fatto quel lavoro».

Con Tanqueray è ufficialmente iniziata quella che comunemente è indicata co-

me la Gin Craze. Un fenomeno destinato a durare? «Sono sicuro che si tratta di una moda che impervererà ancora per molto tempo. La nascita di nuove distillerie è del resto un segnale che la “mania” avrà ancora vita lunga». A proposito di tendenze, va forte il Vintage e Diageo è molto vicina con ricette storiche (“Old Tom” e al “Malacca”) alla comunità del bartending mondiale. Che ne pensa del trend? Nichol abbassa

*«Mi rilasserò.
Girerò il mondo,
andrò in moto
in montagna
ma non voglio
più vedere
l'automobile»*



**MASTER
DISTILLER**

**TOM NICHOL AL
LAVORO IN
ALCUNE FASI
DELLA
PRODUZIONE.**

lo sguardo e con abile mossa, tira fuori dal taschino un foglietto spiegazzato. Sopra, a matita, incolonnate una sotto l'altra, distinguo a malapena (lesto me ne occulta la vista) le percentuali della ricetta segretissima. «È la nuova release Tanqueray Bloomsbury» rivela. La rielaborazione di una vecchia formula creata da Waugh Tanqueray, il figlio di Charles. Con la bottiglia vergata dalla firma di Charles Waugh Tanqueray, a fianco del marchio con le sue iniziali.

Una ricetta datata 1880, quando la distilleria si trovava nel quartiere di Bloomsbury, a Londra. «È un Gin che prende spunto dall'Italia – ammicca Tom – con la presenza di due tipi di ginepro: uno proveniente dalla Toscana e l'altro da Trieste». Sapientemente mescolati con note di coriandolo, angelica, santoreggia



e cassia corteccia. «Volevo fare qualcosa che fosse completamente diverso da altre nostre edizioni limitate e con questo Gin penso che ci siamo riusciti». C'è da scommetterci.

Melania Guida

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.



SPIRIT BROTHERS

Orgoglio e tradizione. Nel segno della vedova Bourne

DI MAX NAGEL

Trecentodiciasette anni e non sentirli. È questa l'età di quello che può essere considerato uno dei più antichi commercianti di vini e liquori del mondo. Berry Bros. & Rudd, al 3 di St James Street di fronte a St James Palace, a Londra, è qualcosa di più di un wine shop, seppur di dimensioni aziendali

e con le migliori referenze del mondo in vini, liquori e distillati. È un luogo dove tradizione, commercio, passione e dedizione, intuizione e lungimiranza, si combinano in un susseguirsi di generazioni famigliari che fanno dell'orgoglio del loro passato il proprio biglietto da visita.

La storia di questa azienda è legata



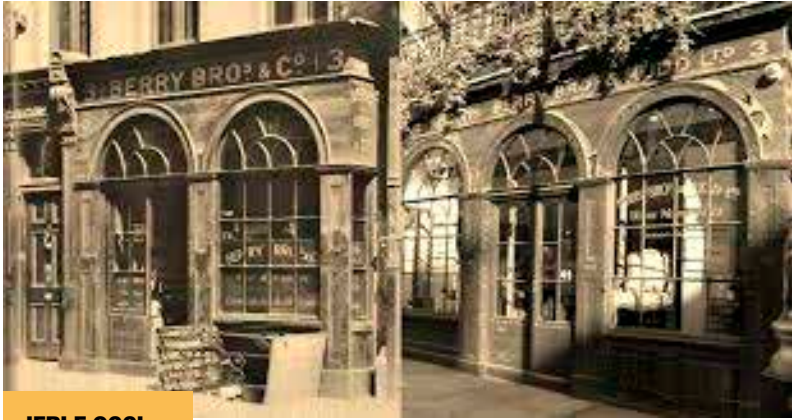
alle vicende che hanno coinvolto diverse famiglie intrecciandone i destini. Riconoscimenti blasonati e premi internazionali incorniciano una storia fatta di forniture alle case reali di tutto il mondo, quella inglese in primis, ai bootlegger al tempo del Proibizionismo, ai grandi transatlantici d'epoca come il Titanic, ai migliori alberghi di tutti i continenti ancora oggi, al proprio bar nella Royal Albert Hall. Dietro questa storia c'è l'intraprendenza di una donna, madre vedova, della quale si conosce solo il cognome: Bourne.

L'inizio fu un piccolo negozio di alimentari che si sarebbe trasformato in una coffee house quando Elizabeth Bourne, figlia della vedova, sposò William Pickering che capì il successo che avrebbe avuto il caffè. Ancora oggi Berry Bros. & Rudd mantiene la propria immagine legata al caffè con un macinino presente nell'insegna



IERI E OGGI
 ALCUNE
 IMMAGINI
 D'EPOCA E
 ATTUALI DEL
 BERRY
 BROS.&RUDD.

del negozio. Rimasta vedova, Elizabeth portò avanti la gestione del negozio sino a quando i suoi due figli, John e William Jr, non furono in grado di aiutarla. I due fratelli gestivano anche un negozio di armi ed uniformi per i notabili del tempo. John Pickering morì nel 1754 e William Jr accettò come socio in affari un certo John Clarke. Una bilancia presente nel negozio cominciò ad essere usata dai clienti per



IERI E OGGI
GLI ESTERNI
DEL CELEBRE
WINE SHOP
"BERRY BROS
& RUDD".



pesarsi, dando vita a un simpatico rituale che continua ancora oggi.

Nel 1787 la figlia di John Clarke, Mary, che aveva sposato un commerciante di vini dell'Exter, dette alla luce George, colui che avrebbe iniziato la saga dei Berry quando prese il posto del nonno nell'attività. George divenne un abile mercante di vini prima che i suoi discendenti cominciassero ad interessarsi di liquori e distillati. Dei suoi figli furono George Jr e Henry a prendere in mano il business nel 1845. Da allora iniziò la storia dei Berry Brothers, "Berry Bros". I figli di Henry e George Jr Berry, Henry Berry e Henry Percival Berry, portarono avanti l'attività modernizzandola sempre più nel business degli spirits e del vino. I loro figli e nipoti avrebbero fatto lo stesso.

Il XX secolo fu quello della grande crescita aziendale, seppur in un periodo intervallato da due guerre disastrose. La famiglia Rudd incrociò il destino dei Berry nel 1920. Hugh Rudd era originario di Norwich, veniva da una famiglia di

commercianti di vino sin dal 1851, ed era un appassionato esperto di vini Bordeaux e tedeschi. Hugh combattè nella Grande Guerra e al suo ritorno l'attività di famiglia era cessata. Si stabilì a Londra, conobbe i Berry e si associò a loro. Il Proibizionismo americano favorì l'azienda in quanto riforniva di prodotti le basi dei bootlegger americani nelle Bahamas. Nel 1923 fu creato il brand Cutty Sark Scotch Whisky con la bellissima etichetta disegnata dall'artista scozzese James McBey. Fu uno dei più grandi successi aziendali di Berry Bros che ne fece uno dei Whisky più popolari in USA e nel mondo intero.

Negli anni '40 l'azienda assunse finalmente la definizione con la quale è conosciuta oggi: Berry Bros. & Rudd. I bombardamenti su Londra della seconda Guerra Mondiale costrinsero a nascondere arredi e forniture delle cantine in residenze di campagna. Pur colpita dalle bombe la struttura al 3 di St James Street fu danneggiata ma rimase in piedi. Ma la guerra portò anche tragedie famigliari. Durante i



combattimenti perirono, eroicamente, George Gilbert Berry in Nord Africa guidando un attacco, e il diretto figlio di Hugh Rudd, Brian, nella campagna d'Italia. Erano entrambi ventenni.

Il più alto esponente dei Berry, da prima e sino alla fine della guerra, era Francis. La tradizione e il senso della vita dovevano andare avanti. Pur straziato dalla morte del figlio in Nord Africa, Francis coinvolse il figlio più giovane, Anthony,

nell'azienda di famiglia. Dalla parte dei Rudd era rimasta la vedova di Hugh e madre del compianto Brian, Ethel. Con determinazione e fierezza fu lei ad amministrare l'azienda dal 1949 sino al 1965 quando il giovane Anthony fu pronto per la carica.

Le donne hanno segnato sempre momenti importanti nella storia di Berry Bros. & Rudd e fu grazie a lei che nel difficile dopoguerra la famiglia fu quasi l'unica a non disfarsi dell'attività tradizionale. Cutty Sark continuava a essere uno degli Scotch più venduti con una crescita costante sino agli anni '70. Il continuo processo di modernizzazione aziendale rese Berry Bros. & Rudd il primo commerciante indipendente di vini ad avere un impianto di termocondizionamento nelle cantine che, oggi, custodiscono 8,5 milioni di bottiglie. Spirits & wine corner nei duty free dei maggiori aeroporti internazionali,



rappresentanze in Asia, primo fornitore inglese di vini in Cina, un programma di educational e masterclass aperti ai singoli clienti, tasting condotti dai maggiori rappresentanti dell'industry, Berry Bros. & Rudd è oggi una realtà condotta ancora

a carattere familiare dagli attuali discendenti.

Le nuove sfide che Berry Bros. & Rudd ha lanciato alcuni mesi fa sul mercato si chiamano No 3 London Dry Gin e The Glenrothes single malt Whisky. No 3 Gin è prodotto secondo una ricetta di

proprietà di Berry Bros & Rudd. Il nome si riferisce al numero civico dell'indirizzo in St James Street. Definito il Lord dei Gin, No 3 ha un cuore di ginepro come deve essere per ogni London Dry. I botanical sono sei, distillati in tradizionali copper

pot still da una delle più vecchie distillerie olandesi, con più di 300 anni di attività e di proprietà familiare come nello spirito di Berry Bros. & Rudd.

Simon Berry, settima generazione, guida attualmente l'azienda e per sviluppare No 3 si è affidato a una autorità mondiale del Gin; David Clutton che ha impiegato un anno a rifinire la ricetta. Il botanical di No 3 è costituito da sei elementi. Bucce di arance spagnole dolci e di pompelmo per donare freschezza; ginepro italiano e angelica per il classico tono dry, coriandolo marocchino e cardamomo per la speziatura. I botanical vengono immersi in alcol di grano e lasciati in infusione per una notte. Il giorno dopo inizia la distillazione alla quale segue un riposo, una filtrazione e la diluizione a 46°.

No 3 al naso è molto fresco con una nota di ginepro sostenuta. Speziato, con note floreali al palato, agrumato e con un finale piccante del coriandolo e secco dell'angelica. Nel complesso No 3 è bilanciato e di inusuale morbidezza,

*Sei elementi
per il botanical
di No 3 London
Dry Gin
affinato
dall'autorevole
David Clutton*



SELECT RESERVE
LE BOTTIGLIE DEL "THE GLENROTHES" E, A SINISTRA, SIMON BERRY.



la sua gradazione costituisce un enorme valore aggiunto in miscelazione. Si può dire che alla radice di The Glenrothes, vi è la Berry Bros. & Rudd.

La distilleria di The Glenrothes, una delle maggiori distillerie di Scozia e del Regno Unito, è attiva sulle rive del fiume Spey dal 1879, ma solo dal 1990 l'azienda ha cominciato a imbottigliare e vendere i propri prodotti. Eleganza e complessità sono le distinzioni di The Glenrothes che ha fatto suo il concetto di "vintage single malt".

Ma cosa si vuole intendere di preciso con "vintage single malt"? La differenza del The Glenrothes rispetto ad altri single malt risiede infatti nella maturità, non nell'età del singolo prodotto: è il prodot-

to della distillazione di un singolo anno e seguendo il concetto di "vintage", proprio della gamma The Glenrothes, la qualità si avrà soltanto quando il prodotto sarà ritenuto maturo. Non a caso, motto di The Glenrothes è: "Maturity matters, not age". Normalmente si tratta di prodotti che hanno un invecchiamento tra i 10 e 16 anni dopo la distillazione. Al palato gli Scotch The Glenrothes si connotano di sensazioni gustative dolci, fruttate, morbide ed eleganti, con note vanigliate, talvolta agrumate e impreziosite da tocchi soavi di spezie. Sull'etichetta viene riportato pressoché tutto: data di distillazione, data di imbottigliamento, nota di degustazione e firma del Master Blender.

Il range di Whisky The Glenrothes vanta un vintage mantenuto per almeno 5 anni sul mercato e si divide in Single Vintages, Reserve, Special Releases. Di questi, spicca il Vintage Reserve: blend di differenti distillati in diverse annate, che al gusto denota sentori floreali, di frutta matura, vaniglia e cereali. Le annate attualmente imbottigliate sono: 1989, 1992, 1997, 1998, 2000, 2001, 2004, 2005, 2006, 2007.

Max Nagel

GLENROTHES COCKTAIL di Michele Garofalo
Jerry Thomas Speakeasy - Roma

INGREDIENTI

- 60 ml The Glenrothes
- 2 teaspoon Liquore Porcino Calabro
- 1 teaspoon cherry syrup
- 2 dashes Angostura bitter
- 2 dashes amber bitter*



Metodo: Stir & Strain. Glass: coupette. Guarnizione: lemon peel discard

*per il bitter all'ambra:aggiungere ad una base di Abbozzo Bitter la nitro infusione di ambra gialla in alcol 95 gradi, dopo averla tagliata con acqua di sandalo per abbassare gli ABV a 45 gradi circa.

1688 COLLINS di Michele Garofalo
Jerry Thomas Speakeasy - Roma

(data che fa riferimento all'incoronazione di Guglielmo d'Orange Re d'Inghilterra, ma di origini olandesi, che diede luogo al grande consumo di gin divenuta bevanda popolare inglese)

INGREDIENTI

- 50 ml No3 London Dry Gin
- 20 ml succo di lime
- 10 ml succo di pompelmo rosa
- 25 ml ginger cordial*
- 2 dashes green cardamom bitter
- 3 foglie di coriandolo
- top soda

Metodo: Shake & Strain. Glass: Collins. Guarnizione: lime shell con baccelli di cardamomo , menta fresca e zucchero a velo vanigliato.

*ginger cordial: unire 2 parti di homemade ginger syrup con una parte di homemade ginger liquor

AFTER MINT FASHIONED di Mauro Uva
Astor Hotel - Belluno

INGREDIENTI

- 1/4 oz miele mille fiori Dolomiti d.o.p.
- 2 dash bitter chocolate Bitter Truth
- 1/4 oz BrancaMenta
- 2 oz The Glenrothes Select Reserve
- lemon twist



Metodo: build. Glass: Old Fashioned. Guarnizione: menta fresca

VIOLET SKIRT di Mauro Uva
Astor Hotel - Belluno

INGREDIENTI

- 1 tsp zucchero
- 1/2 oz succo di limone
- 3/4 oz rosolio di violetta Quaqlia
- 1 1/2 oz No 3 London Dry Gin
- 3 dash Angostura bitter floating

Metodo: build con crushed ice. Glass: Old Fashioned. Guarnizione: violetta

LONDONER GARDEN di Marianna M. Sicheri
Octavius @ Replay The Stage - Milano

INGREDIENTI

- 45ml No3 London Dry Gin
- 30ml succo di limone
- 15ml sciroppo di zucchero
- 10ml Carpano Bianco
- 10ml bianco d'uovo
- 3 dashes Bob's Coriander Bitters
- 5 foglie di basilico



Metodo: Shake & Fine Strain. Glass: Coupette. Guarnizione: foglie di basilico

THE SPEY BALANCE di Yari Forese
Octavius @ Replay The Stage - Milano

INGREDIENTI

- 45ml The Glenrothes Vintage 2001
- 15ml Martini Riserva Speciale Ambrato
- 10ml Americano Cocchi
- 5ml Ferrochina Baliva
- 2 dashes Maraschino Luxardo



Metodo: Stir & Strain. Glass: vintage coupette. Guarnizione: ice chunk e lemon zest

GREAT SPRING COCKTAIL di Riccardo Semeria **The Fumoir Bar - Claridge's - Londra**

INGREDIENTI

- 50ml No3 Gin
- 25ml succo di limone
- 15ml sciroppo di agave
- 8 granelli di pepe rosso
- 100ml Super Green soda foam*



Procedimento: mescolare prima la soda/foam in una grande flute. Quindi: Shake & Double Strain della ricetta nel bicchiere. Guarnizione: due fiori commestibili e granelli di pepe rosso

*Per la soda: centrifugare sedano, cetriolo, mela verde, acini d'uva, spinaci, foglia di cavolo nero, bianco d'uovo

LESLIE COLL di Riccardo Semeria **The Fumoir Bar - Claridge's - Londra**

INGREDIENTI

- 50ml The Glenrothes
- 3 drops chocolate bitter
- 10ml Fino Sherry
- 50ml Nocino soda*

Metodo: Mix & Strain. Glass: Old Fashioned con ghiaccio. Guarnizione: due quadratini di cioccolato fondente al peperoncino e due ciliegie al maraschino

*Per la soda: versare 600ml Tawny Port con 100ml Nocino Liquore in un sifone

FEW SECONDS di Nicola Ruggiero **Katiuscia Cocktail Bar- Bari**

INGREDIENTI

- 1.1/2 oz The Glenrothes Reserve
- 1/2 oz Ratafia Giovanni Rapa
- 1/2 pesca fresca
- 1/2 oz succo di limone
- 3/4 oz succo di lime
- 3/4 oz zucchero liquido
- 2 dash vanilla btter



Metodo: pesca smashed nello shaker. Quindi shakerare e double strain. Glass: Old Fashioned con ghiaccio. Guarnizione: zest di pompelmo

LOVE AND DATE di Claudio Peri **Seymour's Parlor/ The Zetter Townhouse- Marylebone- Londra**

INGREDIENTI

- 40ml The Glenrothes Sherry Cask Reserve (infuso con burro e datteri)*
- 20ml succo di pompelmo rosa (con Lemon Ph)**
- 10ml sciroppo di zucchero (65% Brix)
- 3 dash Hazelnut Bitter

Metodo: Shake and Strain. Glass: cocktail glass.

Guarnizione: no

*fondere il burro, aggiungere i datteri e far cucinare per 3 minuti. Aggiungere il composto al Whisky, lasciare riposare per 4 ore e procedere con la tecnica del fat wash.

** misurare il ph del pompelmo e portarlo allo stesso grado di quello del limone con acido citrico.



WAKE UP CALL di Claudio Peri **Seymour's Parlor/ The Zetter Townhouse- Marylebone- Londra**

INGREDIENTI

- 45ml No3 London Dry Gin
- 20ml succo di limone
- 15ml sciroppo di latte*
- 3 drop soluzione salina (3:10)

Metodo: Shake & Double strain. Glass: Old Fashioned senza ghiaccio precedentemente affumicato con semi di papavero. Guarnizione: mezza crosta di semi di papavero.

*sciogliere il caster sugar cane nel latte con grado Brix al 65%

Nota: il profumo dei semi di papavero affumicati ricorda il profumo mattutino dei toast accompagnati da latte.

I KON-TIKI DI JOE

E il trionfo del polinesiano-pop del Luau

DI GIANNI ZOTTOLA



Joseph Stephen Crane nacque il 7 febbraio del 1916 a Crawfordsville, stato dell'Indiana, e dopo aver completato gli studi universitari iniziò il suo percorso lavorativo nell'azienda di famiglia. Per Joe, come abitualmente veniva chiamato, si prospettava un futuro da venditore di sigari e un vita accanto alla moglie Carol Ann Kurtz. Ma fu proprio la separazione dalla moglie a spingere Crane ad allontanarsi dal borioso commercio dei sigari e ad approdare a Hollywood nel 1939. Qui iniziò a cercare fortuna per una possibile carriera cinematografica avvalendosi degli agganci con personaggi influenti conosciuti nei locali frequentati dalle star. Tuttavia non furono le brillanti doti di recitazione a rendere notorietà al giovane attore piuttosto il suo rapporto sentimentale con la nota attrice Lana Turner, conosciuta al locale Mocambo dopo essersi spacciato per Joseph Stephen Crane III, figlio di un magnate dei sigari.

Nel 1942 Joe divenne il secondo dei sette mariti di Lana. Doveva mantenere e

mostrare un tenore di vita elevato ma ben presto si venne a sapere che in realtà, il finanziamento delle dispendiose serate nei migliori locali di Hollywood, come il *Don the Beachcomber*, era dovuto ad una particolare abilità nel gioco d'azzardo. La difficile relazione con l'attrice, della quale è nota l'attitudine all'infedeltà con attori e personaggi dello spettacolo, iniziò il giorno stesso del matrimonio. Infatti Crane aveva dimenticato di rilevare all'attrice di essere in realtà già sposato. Annullato il matrimonio con la Turner e ottenuto il divorzio dalla prima moglie poté così risposare la bella attrice nel 1943, avere il tempo di dare alla luce una bambina, Cheryl Crane, e di divorziare ancora una volta, definitivamente, nel 1944.

La famiglia di Crane non fu proprio l'ideale di famiglia tradizionale, soprattutto dopo l'episodio che coinvolse la giovane figlia Cheryl, assolta dall'accusa di omicidio di uno dei successivi compagni della madre. La vittima era un certo John Stompato, gangster di origine italiana affiliato

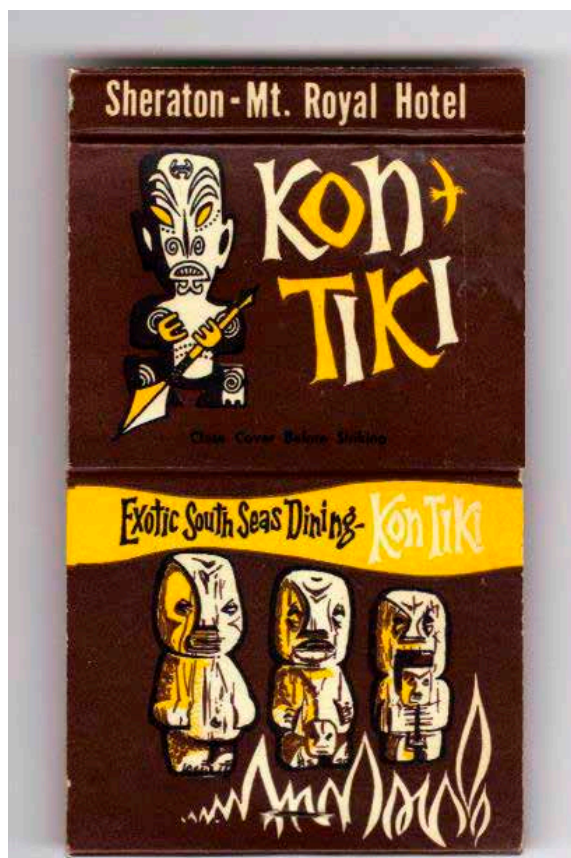


Ken and Annette Funicello sit this one out. Scene: Luau Cafe in swank Beverly Hills.



Man, nothing tops four on a pineapple punch! Indulging are Annette, Ken, Roberta, and Bob Turnbull—who came as singles but left together. And a hula-hoopin' time was had by all.

RICORDI
 ALCUNE FOTO
 D'EPOCA NEI
 LOCALI DI
 STEVE CRANE.



al noto Mike Cohen, ucciso a coltellate dalla quattordicenne per legittima difesa in soccorso della madre. Ma fu proprio la poco produttiva carriera cinematografica, concomitante invece alla grande perseveranza nelle ragguardevoli frequentazioni con le belle attrici hollywoodiane come Ava Gardner, Rita Hayworth, Mamie van

Doren e la futura moglie Lila Leeds, a spingere Crane al successo imprenditoriale con le attività di bar e ristorazione.

Negli anni Quaranta la prima esperienza nella ristorazione lo vide socio di Al Mathes in un'attività chiamata *Lucy's*, un locale molto noto vicino i Paramount Studios che però abbandono già nel 1948



per andare a vivere in Europa. Fu nel 1953, dopo essere tornato negli Stati Uniti, che Crane rilevò il *Tropic's*, a North Rodeo Drive (Beverly Hills), per trasformarlo in uno dei locali più rilevanti del periodo del polinesiano pop: *The Luau*. Ispiratosi ai massimi locali più di tendenza come i *Don The Beachcomber* e i *Traders*

Vic's, il *Luau* divenne uno dei posti più frequentati dalle star di Hollywood come Elizabeth Taylor, Clark Gable, Billy Wilder e Gore Vidal.

Con la collaborazione del designer Florian Gabriel, uno dei massimi arredatori dei locali Tiki, e con la partecipazione

del noto architetto George Nakashima, il *Luau* era indubbiamente uno dei più caratteristici, dettagliati e spettacolari ristoranti/bar dove tra ponti in bamboo, cascate di pietra lavica e statue Tiki ve-



nivano serviti cibi esotici e oltre settanta cocktail. Tiki cocktail che erano preparati anche con la maestria di Ray Buhen, il grande bartender di Don che fu tra i primi a sposare il progetto di Crane.

Il *Luau* era sotto i riflettori di Hollywood e non solo. Storie e aneddoti circondavano il locale, come l'arresto dell'attore Gordon Scott (Tarzan) per aver fatto il bagno nudo nella piscina tropicale o quando Eartha Kitt spaccò una lampada Tiki in testa ad un cliente. Scrive Beachbum Berry: «Il suo essere un finto playboy e

*Personalità
esuberante*

*Joe divenne il
secondo dei sette
mariti di Lana
Turner, da cui
divorziò nel 1944*



THE HOST (left) gives leis to guests. Lila Leeds came in native clothing and fur jacket, escorted by Stephen Crane.

il finto ristorante polinesiano è stato il matrimonio più riuscito di quello con le sue quattro mogli.

L'abilità di Crane nel mondo del Tiki non passò inosservata, e difatti fu avvicinato dalla potente catena alberghiera Sheraton per contrastare lo strapotere dei Trader Vic's presenti nella concorrente compagnia Hilton. L'espansione del business di Crane diede luogo così ad una nuova società chiamata "Steve Cra-

'Just Lark,' He Says

CHICAGO (CST) — To hear Steve Crane tell the tale, it was all a lark. With his fortune made as a stockbroker at the age of 23, he set out for the Orient. A detour in the form of romance ("she was a cute French actress who threw me over in three months for someone else") led him to Hollywood instead. Nowadays, as top man in the restaurant management firm of Stephen Crane Associates, he isn't too sensitive over being better remembered for his two well-publicized marriages to Lana Turner than for his short acting career.

"To be honest, I was a very poor actor," said the still-handsome-60 Crane in a recent interview. And, indeed, "The Cry of the Werewolf" and "Tonight and Every Night" won him no prizes at Columbia Studios.

Today, Crane is the dispenser of the management magic behind such enterprises as the Sheraton-Chicago's Kon Tiki Pavie Restaurant. The Kon Tiki, which was five years old Aug. 6, has become Chicago's largest restaurant in volume, grossing more than \$2,300,000 in 1956.

He operates seven Polynesian restaurants for the Sheraton chain. He owns four more restaurants himself and expects to make that six by the end of the year.

"I always get pleasure out of being a host," said Crane, as he explained his move into restaurant management. He got started when he picked up Lucy's, a restaurant across from three major studios in Hollywood, in 1944.

Later, he learned the Polynesian business from the master himself, Don Beach, who founded the Don the Beachcomber empire. (Another early disciple of Texas-born Beach was Vic Bergeron, of Trader Vic fame.)

For the Sheraton chain, Crane delivered "a complete management package." This includes selection of decor and management, of the food,

service and business operations of the restaurant. For this, Stephen Crane Associates receives a percentage of the gross.

Crane believes the Polynesian theme, successful as it still is, has reached a plateau; and he has chosen to see whether Italian cuisine can become the golden wave of the future.

(At the same time, Trader Vic has arrived at a similar conclusion, but is going to

try Mexican cuisine instead in his new restaurants.)

Though Italian food has long been a favorite of many Americans whose antecedents are not in Italy, Crane thinks very little has been done to make the so-called Italian restaurants "Italian."

"Take the average Italian restaurant and put pictures of Scandinavian scenes on the walls and everyone would believe it was Scandinavian," said Crane. His Stephanino's,

opened two years ago in Hollywood, has been an attempt to achieve genuine Italian decor, and he is enthusiastic about opening similar restaurants elsewhere. Crane's other projects range from directing the construction and operation of the Jamaican Pavilion at Expo 67 to assisting the Southern California Edison Co. in building Calabasas, a new city near Thousand Oaks and Universal City.

His firm has grown steadily rising last year to 159th on the list of food service firms with revenues of \$12,500,000. The son of a Crawfordville, Ind., tobacco broker, Crane originally planned to study law, and came to Chicago in 1937 with a partial scholarship to Northwestern University. But the need for money led him into the securities business here and in New York and to his subsequent "retirement" at 23.

Gift Shop Worst Part Of Store?

CHICAGO (CDN) — If adwoman Berice Fitz-Gibbon had her way, the merchandise you buy in gift shops would have more value.

Miss Fitz-Gibbon, whose claim to advertising fame comes from some of the best retail copy ever written, contends that gift shops should upgrade their lines.

In Chicago yesterday, she went so far as to say that "gift shops are the most terrible part of stores."

Although she'll get an argument from retail executives, she contends that gift shops have fallen down because "they cater to the tastes of the public."

"And women have terrible tastes," said Miss Fitz-Gibbon. "What they want is what they shouldn't like."

"No woman should buy anything for the house unless it sends shivers up her spine," she told a breakfast for gift buyers at the Merchandise Mart.

Her advice to gift shops is to hit high above the tastes of the consumer.

What are her credentials as a critic? Adman David Ogilvy once paid this compliment: "Fitz is probably the most successful admaker in the history of retail advertising."

she was reared in Wisconsin and her business career started at Marshall Field & Co. in 1926.

In a new book, "Macy's, Gimbel's and Me," published by Simon & Schuster, Miss Fitz-Gibbon gives some advice to copywriters:

"Sharpen your powers of observation. Learn to look at a thing as if you had never seen it before in your life. Most people, young and old, seldom really look at a thing.

"They see through a film of prejudices, which is why they express themselves in old clichés and hackneyed stereotypes."

Berice, naturally, favors retail advertising over national advertising.

"Agency (created) advertisements," she observes, "often have a strange unreality and seem to float in a never-never land. Agency talent seems to poke along so slowly and there's no sell in the ad. It has all been washed out by the interminable revisions caused by hawking to the client, nagging, revising and revising the revisions, compromising."

Sober new prices have been stepped up by stores' refusal to sell less quantities of synthetic white and in "despising" until they can attain price stability. There was some buy by investors by brokers who forecast a drop in Westinghouse has ever a dramatic effect in the eye all in the case of oil, hedge selling and weakness in corn have influenced price.

The Range:

Open	High	Low	Close	Prev
WHEAT				
Sept.	1.475	1.474	1.476	1.474
Dec.	1.540	1.540	1.538	1.540
Mar.	1.590	1.590	1.589	1.590
May	1.670	1.670	1.670	1.670
Jul.	1.81	1.810	1.814	1.81
CORN				
Sept.	1.285	1.285	1.285	1.285
Dec.	1.310	1.310	1.310	1.310
Mar.	1.320	1.320	1.320	1.320
May	1.330	1.330	1.330	1.330

Livestock

ne Associates" che aprì nuovi locali con il medesimo stile in numerose città. Locali anch'essi destinati a rimanere nella storia e che con il nome *Kon-Tiki*, ispirato alla celeberrima avventura di Thor Heyerdahl, si espansero a macchia d'olio a Montreal, Portland, Cleveland, Boston, Waikiki e Dallas. Un totale di nove strutture per un investimento di quattro milioni di dollari. L'attenzione al cocktail era più che mai elevata. Racconta Ray Barrientos, barman del Luau e formatore dei nuovi bartender del *Kon-Tiki*, che dovettero cambiare le ricette di molti drink per la diversità dei Rum a disposizione.

Il successo dei *Kon-Tiki* fu tale da essere del tutto paragonabile a quello che si percepiva nella qualità della miscelazione e della cucina degli inimitabili Trader Vic's. Lo sfarzo nell'arredamento



THE LUAU

ALCUNE
IMMAGINI
DEGLI INTERNI
ED ESTERNI
DEL CELEBRE
LOCALE.

dei *Kon-Tiki* rispecchiava a pieno la personalità esuberante di Steve Crane. Le finiture di lusso dei locali, gli eccentrici vestiti di Crane e un'immagine complessivamente elevatissima erano un segno caratterizzante del successo ottenuto e pari solo ai locali di Vic. Nel 1959 solo i locali di Portland riuscirono a fatturare una media di settecentocinquanta mila

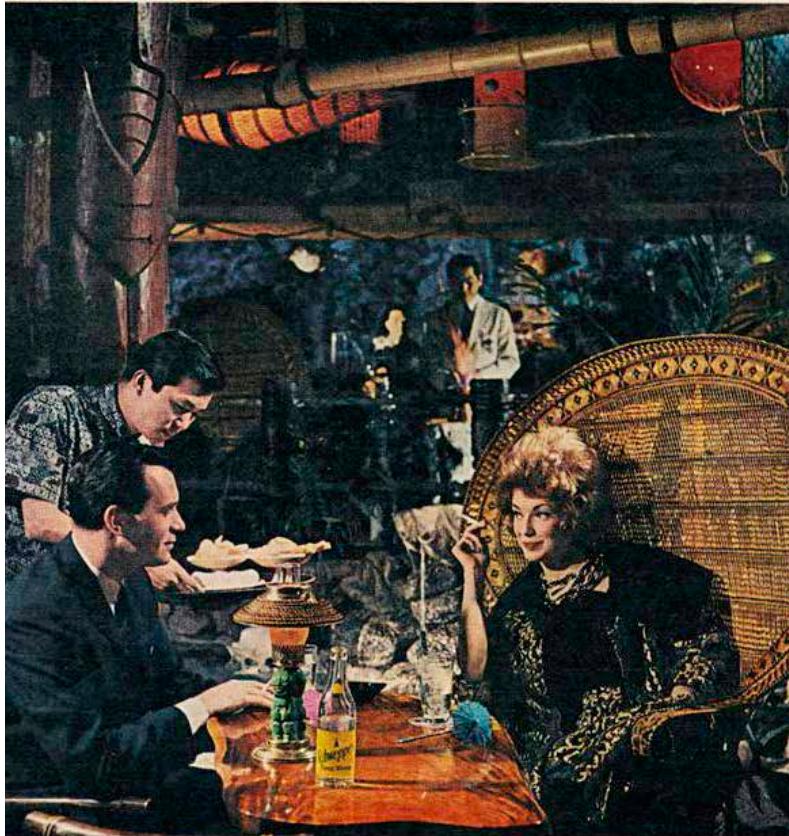
dollari. Il cinque per cento entrava netto nelle tasche di Crane. Proprio a Portland, probabilmente per la concorrenza spietata del *Trader Vic's*, si vide la massima espressione del concetto Tiki di Crane, non solo per l'imponenza strutturale del locale, ma anche per la consacrazione di due bartender formati alla corte di Ray Buhen; Matt e Vince Esmino, fratelli di Bob, storico collaboratore e supervisore di Ray nelle aperture dei *Kon-Tiki*.

Il *Luau* e i *Kon-Tiki* si attestano tra i primi grandi locali che caratterizzano l'impazzata del Tiki nella sua seconda era. Il successo era talmente imponente che alcuni dei locali riuscivano a consumare l'impensabile cifra di oltre duecentoquaranta bottiglie di alcolici a sera, tutte utili a replicare i drink ormai storici di Don Beach. L'organizzazione del locale era ormai quella di una catena industriale applicata a un bar, tutto l'impianto produttivo dei cocktail e delle pietanze era concepito per la massimizzazione del profitto. Decorazioni sempre più appariscenti, sculture

di ghiaccio, fiori ed orchidee, tiki mug create dallo stesso Crane assicurarono per un bel po' di tempo una clientela sempre più ammalata. Tutto ciò almeno fino a quando in alcune città, come ad esempio Chicago, dove la concorrenza dei ristoranti Tiki di livello era notevolmente alta, dovettero puntare sui netti vantaggi offerti da un servizio qualitativo sempre più veloce e di eccellenza. Servizio reso possibile dall'assunzione di numeroso personale extra e vari confort come le prese per i telefoni su ogni tavolo del locale.

Il successo continuò per molti anni ma con il declino del Tiki il cambio generazionale esplose sugli sfarzi del finto polinesiano in un modo talmente impetuoso da decretarne la fine. Mentre l'abilità di Vic salvò alcuni dei suoi locali dalla chiusura, il *Luau* dopo ventisei anni chiuse definitivamente i rubinetti dell'alcol. Venduto il terreno per quattro milioni di dollari, la struttura venne abbattuta per creare un parcheggio. Differente la sorte del *Kon-Tiki* che sempre sotto la supervisione della *Steve Crane Association* cambiò stile di ristorazione proponendo cucina francese e italiana. Nonostante Crane assicurasse la ricomparsa di un *Luau* in una nuova zona, come conferma la figlia nelle parole raccolte da Jeff Berry, l'abile imprenditore del Tiki già aveva previsto l'impossibilità di una nuova struttura. Ciò nonostante la SCA da grande impresa quale era, nel 1978 concluse il bilancio con un fatturato di oltre nove milioni e cinquecento mila dollari.

Ma ormai il tramonto era vicino. Le nuove star di Hollywood nemmeno sapevano chi fosse Steve, la mancanza di pubbliche relazioni di alto livello, la voglia di uno stile che comportava cibi e



In the Kon Tiki Room, Montreal, Schweppeslovers enjoy the tonic mixer with the international reputation.

bevande light non si sposava affatto con la miscelazione esotica e la cucina polinesiana. Come Don e Vic, anche Steve dovette arrendersi al tramonto di un'era. Steve Crane, malato di anemia, si spense il 6 febbraio 1985 a soli 69 anni a Pauma Valley circondato dall'affetto della sua ex moglie Helen Demaree.

Gianni Zottola

LA RICETTA

KONTIKI MAI TAI

INGREDIENTI

- 3/4 succo di lime
- 3/4 succo di arancia
- 3/4 honey mix
- 1/4 tsp ginger syrup
- 1 1/4 Rum portoricano
- 1 1/2 Rum Appleton ambrato
- 6 drop Pernod
- 1 dash Angostura
- 4 oz ghiaccio

Metodo: flash blend. Guarnire con menta e una fettina di ananas.

BENVENUTI AL LABOURDONNAIS WATERFRONT HOTEL

Che ha appena rinnovato
Virando verso il bio e con
un nostalgico post bar box

DI GIULIA ARSELLI



Multirazziale, complessa e nello stesso tempo semplice. Uno scorcio di paradiso tra foreste tropicali e mare cristallino. Un scoglio di terra in mezzo all'Oceano Indiano, un lembo di paradiso: in una parola, Mauritius.

L'isola fu scoperta dai Portoghesi nel 1505 che la battezzarono "Ilha do Ceme" (Isola del Cigno), ma il primo insediamento è del 1598 da parte degli Olandesi che la chiamarono Mauritius in onore del principe Maurizio di Nassau. Fu terra di conquista da parte di Francesi e Inglesi, fino al raggiungimento dell'indipendenza il 12 marzo 1968 e diventare

così La Repubblica di Mauritius. In questa piccola isola convivono pacificamente cristiani, musulmani, induisti e non è raro trovare una chiesa poco di distante da una moschea o una pagoda.

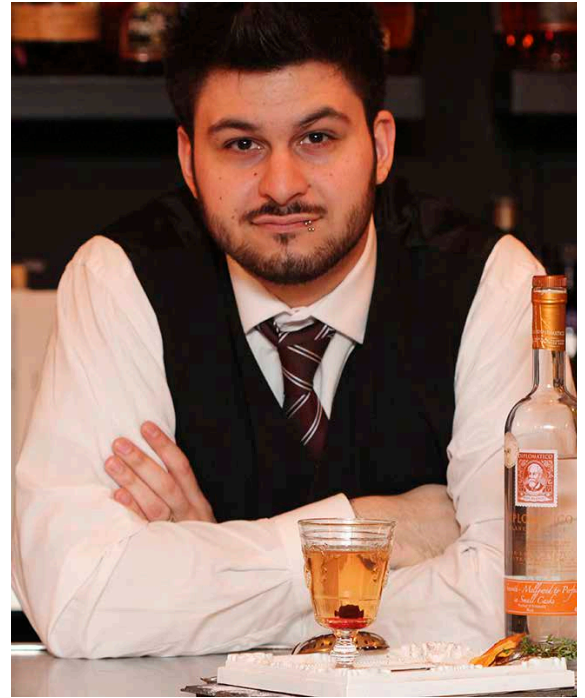
Mauritius è un disegno di architettura sociale: le lingue principali sono il francese e l'inglese ma gli abitanti originari parlano anche l'idioma creolo basato principalmente su una fusione del francese con influenze dal portoghese e Hindi. Mauritius è uno degli Stati più ricchi del continente africano forte di un'economia trainata in grandissima parte dall'agricoltura che punta sulla produzione di canna da zucchero, che



occupa il 60% della superficie coltivabile dell'isola, e sulla produzione di pregiati the e vaniglia.

E poi il Rhum. Lo sfruttamento dello zucchero di canna cominciò durante il dominio olandese, ma l'evoluzione produttiva e commerciale del Rhum mauriziano si deve a Monsieur Pierre Charles Francois Harel che sviluppò il concetto di distillazione nel 1850 e dette lo stimolo per la produzione e lo sviluppo che si è protratto sino ai giorni nostri. A Mauritius la produzione di Rhum agricolo è stata reintrodotta solo dal 2006 dando così il via ad una crescita di nuovi brand e una varietà di Rhum di qualità invidiabi-

*Multietnica e pacifica, patria
di cristiani, musulmani e induisti,
Mauritius, uno degli stati
più ricchi del continente africano,
è un disegno ben riuscito
di architettura sociale che rivela
un perfetto spirito di integrazione*



MAURITIUS
ALCUNE FOTO
DEL
LABOURDONNAIS
WATERFRONT
HOTEL. IN ALTO A
DESTRA
PIERGIOVANNI
"JOE" POLATO.



le. Mauritius adesso ospita sei distillerie dislocate su tutta la sua superficie dell'isola: Rhumerie de Chamarel a sud, Rhumerie de Mascareignes and St Aubin a sud est, Grays a Pamplemousses e la Medine Distillery. Alcuni tra i più prestigiosi brand orgoglio della tradizione Mauriziana sono: Green Island, New Grove, gestito dai discendenti di Monsieur Harel, Chamarel, Penny Blue, e il nuovo premium Arcane ottenuto dalla distillazione di puro succo di canna.

In quest'isola il bartending è ancora molto lontano dagli standard europei ma molti hotel e resort, grazie soprattutto a un turismo cosmopolita ed esigente stanno investendo in formazione del personale e cercando di attrarre figure professionali di origine europea e con una formazione in linea con gli standard internazionali. Lo scopo è anche quello

di formare le generazioni locali traslando il knowhow. È con questa premessa che è iniziata a Mauritius l'avventura di un giovane bartender italiano che ha fatto del mondo il suo naturale palcoscenico professionale. Determinazione e volontà, capacità e intraprendenza sono le doti che scolpiscono la figura di Piergiovanni Polato, venticinquenne vicentino.

Piergiovanni "Joe" Polato ha mosso i primi passi nel bartending avvicinandosi ad A.I.B.E.S. Anche fortunato aggiungeremo. Perché non sempre si ha la possibilità di incontrare in AIBES mentori del calibro di Giorgio Fadda, Roberto Pellegrini e Samuele Ambrosi che gli hanno trasmesso la passione e gli stimoli necessari. Il tragitto professionale è ben noto. Partito come tanti ragazzi italiani per la mecca del cocktail, Londra, si impiegò da subito come barback al Lo-



PORT LOUIS
SOPRA LA
SPIAGGIA
IMMACOLATA
DELL'ISOLA, IL
RISTORANTE E
UNA VEDUTA
NOTTURNA.

oking Glass Cocktail Club di Shoreditch. La stoffa c'era e fu così che arrivò a ricoprire le mansioni di bartender prima, e head bartender dopo.

Al *Looking Glass*, ispirato ad Alice nel Paese delle Meraviglie, Piergiovanni ha avuto la possibilità di capire ed applicare i fondamenti dell'homemade (il locale offre una scelta di quasi 50 bitter artigianali tra cui spiccano quello al Panettone e Chili e Mango e un liquore al Lapsang Souchong) e una vasta conoscenza del bere miscelato in tutte le sue ere. «Ho messo in pausa l'esperienza londinese per esplorare un po' il mondo e conoscere i vari spirits dalla base. E così sono approdato con la mia ragazza a Mauritius dove avevamo un amico di suo padre come contatto», racconta.

I primi tempi non sono stati assolutamente facili. I ritmi londinesi sono

assolutamente diversi, uno stile di vita opposto. La popolazione di Mauritius è solare e ospitale, lo spirito di integrazione è nell'aria e dovrebbe essere un esempio per il mondo. Mauritius è un'isola stupenda per una vacanza rilassante, alcune spiagge come Mon Choisy o Savinia sono piccoli pezzi di paradiso e la cucina creola è gustosa e semplice. Da poco tempo Piergiovanni ha accettato la mansione di Bar Manager nel prestigioso *Labourdonnais Waterfront Hotel*, gruppo Indigo Hotels, a Port Louis, ora in fase di rinnovamento. Lavorare a Mauritius non è semplice come possa sembrare. Il governo tende a proteggere molto il locale comparto del lavoro per salvaguardare l'occupazione degli isolani, fatte salve quelle occasioni nelle quali viene comprovata un'alta specializzazione supportata dall'azienda che

richiede la presenza di un forestiero ritenuta indispensabile. Solo in questi casi si può avere l'approvazione del visto di ingresso per impiego nel paese.

Il *Labourdonnais Waterfront Hotel* ha sempre avuto una visione pionieristica nel settore alberghiero di Mauritius. È stata la prima struttura alberghiera a offrire libero accesso anche ai residenti alla struttura. Come altri grandi nomi dell'hotellerie mondiale anche il *Labourdonnais Waterfront Hotel* è in fase di rinnovo e riaprirà nel mese di luglio. Cambieranno alcuni aspetti della facciata, il bar, gli interni. Un rifacimento del maquillage lasciando intaccata la sostanza dell'alta ospitalità. La nuova linea sarà un'incursione profonda nella naturalezza dei luoghi. Un focus sull'uso di ingredienti rigorosamente biologici, genuini e solo

di stagione coinvolgerà tutto il comparto F&B e in particolare il bar.

Divertente e intrigante il concetto Post Box Bar che è stato pensato. In un'era digitale in cui molti bambini non sanno nemmeno che ruolo abbia un postino, al bar verrà installata una vecchia cassetta delle lettere degli anni '50. Il concetto è che i clienti potranno spedire delle cartolina del bar, magari citando le proprie esperienze, imbucandole nella cassetta dalla quale poi partiranno verso la destinazione prescelta. Una specie di "tam tam analogico" di altri tempi, una vecchia e felice usanza dei tempi andati che si cercherà di riabilitare facendola diventare una sorta di rituale dell'ospitalità. «Vogliamo fare in modo che il Post Box diventi una tappa obbligatoria per tutti durante il soggiorno a Mauritius», spiega Piergiovanni. Una comunicazione gentile e commercialmente intelligente.

L'offerta del bar è molto vasta e spazia dalla caffetteria di qualità al mattino, dove non può mancare il classico Espresso, alla cocktail list che prevede i classici che vanno dall' Aviation al Pegu Club passando per un buon Mint Julep, i signature drink abbinati alla cucina asian fusion, un ottima selezione di Sake', Sochu e Japanese Whiskey. Molto spazio è lasciato allo Spirit locale e alle preparazioni con frutta rigorosamente autoctona e fresca per far conoscere a tutti il potenziale che quest'isola possiede.

Piergiovanni, intanto, si sta cimentando nella creazione di bitters 100% mauriziani facendo tesoro degli insegnamenti imparati a Londra. Il sogno è quello di poter presto importare dei liquori italiani, fiori all'occhiello della cultura di casa che non si scorda mai.

Giulia Arselli

LE RICETTE

JULIA

INGREDIENTI

- 40ml Stravecchio Branca
- 10 ml Rittenhouse Rye Whiskey
- 20ml Carpano Antica Formula
- 2 barspoon Crémé de Figue
- 2 drops Homemade Chili Mango Bitter

Metodo: Stir & Pour. Glass: coupette. Guarnizione: lemon twist e Marasca cherry.

THE REBIRTH

INGREDIENTI

- 50ml New Grove Plantation Rum
- 20ml Gonzalez Byass 'Solera 1847' Sherry
- 15ml Homemade Pomelo and Papaya Shrub
- 15ml Lemon Juice

Metodo: Shake & Double Strain. Glass: coupette. Guarnizione: pomelo zest.

Gosling's Rums

BERMUDA SINCE 1806

DARK 'n STORMY



BERMUDA'S NATIONAL COCKTAIL

distributed by

PALLINI

Via Tiburtina 1314 - 00131 Roma
Tel +39 06 4190344 - Fax +39 06 4192919
www.pallini.com - info@pallini.com

ITALIAN SHOW

Sul podio Francesco Cione campione di stile e spirit expression

DI FABIO BACCHI

L'ultima prova, la mystery box, è durata venti, lunghissimi minuti. Il tempo durante il quale Francesco Cione, Michele Garofalo, Luca Marcellin e Dario Araneo sono andati in *all in*, tutto o niente, per giocarsi il titolo di vincitore di *Diageo Reserve World Class Italia* e accedere alla *global final* di settembre a Capetown. Per incontrare i rappresentanti di quasi 60 paesi selezionati attraverso la partecipazione di circa 18.000 bartender in tutto il mondo.

Osservare questa prova, per quanto

emozionante e palpabile fosse la tensione sui visi dei concorrenti, non rende a sufficienza l'idea del percorso e delle prove che i dodici selezionati hanno dovuto superare per accedere alla finale di Roma, nella Sala delle Armi del Foro Italicco.

Il percorso di *Diageo Reserve World Class* in Italia, giunto alla quinta edizione, si è sviluppato in diversi step iniziati a ottobre e terminati l'8 giugno scorso. Sette educational training nelle maggiori città italiane, più di 400 ricette partecipanti, 24 semifinalisti, 12 finalisti a giocarsi un posto per CapeTown. L'eco del brillante piazzamento di Claudio Perinelli alla *global final* dell'anno scorso e l'approdo alla corte di Tony Conigliaro, sono stati un enorme spot pubblicitario che si è tradotto in una massiccia partecipazione.

I 24 semifinalisti sono stati visitati da una giuria itinerante per tutta l'Italia che li ha giudicati nei propri bar secondo i criteri che il concorso *Diageo Reserve World Class* contempla. Di questi ne sono stati selezionati 12 per la finale di Roma.

Non è una semplice sfida alla ricerca del cocktail migliore, ma una celebrazio-





COMPETITION

IN ALTO LA SALA DELLE ARMI AL FORO ITALICO DI ROMA E I 12 FINALISTI. A SINISTRA MICHELE GAROFALO OSSERVATO DA MARIAN BEKE. QUI SOPRA E NELLA PAGINA ACCANTO FRANCESCO CIONE ALLA PREMIAZIONE.

ne della creatività, dell'istinto, della conoscenza e dello stile destinati alla ricerca del bartender più completo e ispirato. Che sono: personalità, competenza, stile e interpretazione. È innegabile: da quando World Class è apparsa ha cambiato le regole del gioco nel mondo delle

cocktail competition. Il livello si è elevato spingendo i bartender a una ricerca che in alcuni momenti è sembrata esasperata ma, per quello che si è visto a Roma, le cose sembrano tornate più sobrie.

Il clima che si instaura normalmente tra i concorrenti di World Class è sempre



di amicizia e di conoscenze che si consolidano nel tempo. La parola d'ordine in World Class è condivisione: di esperienze, valori, conoscenze. Le parole di Michele Garofalo, *Jerry Thomas Speakeasy* di Roma, sono molto significative:

La parola d'ordine in World Class è condivisione: di esperienze, valori e conoscenze

«Ho gareggiato poche volte nella mia vita, proprio perché ho sempre pensato che l'importanza di un bartender è strettamente legata a mantenere il focus sul proprio posto di lavoro. Tuttavia amole sfide, mi piace sfidare me stesso in qualsiasi ambito

della vita, motivo per il quale ho deciso di partecipare a *Diageo World Class*. Ma con un solo obiettivo fondamentale: sharing! Penso che condividere stati d'animo, esperienze, ricette, tecniche di lavoro

ro e socializzare con gli altri competitor, sia la chiave vincente e il giusto modo per poter affrontare una gara in serenità ed armonia, divertendosi». Michele Garofalo è una delle massime espressioni contemporanee del bartending italiano, vista la sua giovane età il futuro gli appartiene, e leggendo le sue parole si capisce il perché al di là di ogni aspetto tecnico.

La gara ha mostrato un certo gap, anche emozionale, che ha tracciato in due il gruppo di finalisti. Le prove che i finalisti dovevano affrontare erano un twist con ispirazione creola a base Bulleit Whiskey e un summer punch con Tanqueray. I brand coinvolti erano tutti quelli della linea Diageo Reserve. Hanno primeggiato coloro che hanno saputo comunicare e coinvolgere al meglio la giuria composta da Marian Beke e Giorgio Fadda, brand ambassador e giornalisti. Sarebbe stato bello vedere un maggiore utilizzo nelle ricette di ingredienti nostrani dei quali



l'Italia è ricchissima.

Confermata l'importanza di comunicare in inglese, molti concorrenti avranno capito quanto il fattore tempo è essenziale in un concorso come World Class e, soprattutto, riflettere sul tipo di bartender che World Class ricerca. Sui 110 punti del totale accumulabile solo 20 erano strettamente collegati al drink, i restanti relativi a comunicazione, spirit expression e stile in generale. L'arte deve superare la tecnica e in questo ci vuole personalità.

Vincere Diageo Reserve World Class significa vedere cambiare significativamente una parte della propria carriera perché si viene catapultati in una dimensione che attira attenzioni importanti e una visibilità esponenziale per la propria carriera. Lo score finale ha visto primeggiare Francesco Cione dell'*Octavius The Stage bar* di Milano, su Michele Garofalo, Luca Marcellin del *Four Season Hotel* di Milano e Dario Araneo del *The Gin*



Corner di Roma e i quattro selezionati al termine delle due prove.

Francesco Cione ha probabilmente fatto valere una esperienza forte di 3 semifinali passate, ma il dato più importante è che in questa bella giornata di

AMICIZIA
 ESULTANZA
 ALL'ANNUNCIO
 DEL VINCITORE.
 IN ALTO LA
 PREPARAZIONE
 DI CIONE ALLA
 PROVA FINALE.
 NELLA PAGINA
 A SINISTRA I 4
 FINALISTI ALLA
 MYSTERY BOX.

ANTONIO ESPOSITO

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA

29/09/1985

LOCALE - CITTÀ

**AZOTH COCKTAIL BAR,
NAPOLI**

SPECIALITÀ

OLD FASHIONED

CINZIA FERRO

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA

25/02/1973

LOCALE - CITTÀ

**ESTREMADURA CAFE,
VERBANIA**

SPECIALITÀ

**COCKTAILS
"SU MISURA"**

DARIO PATIERNO

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA

7/2/1989

LOCALE - CITTÀ

**ARCHIVIO STORICO,
NAPOLI**

SPECIALITÀ

VECCHIO STILE

FRANCESCO CIONE

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA

17/06/1982

LOCALE - CITTÀ

**OCTAVIUS
REPLAY THE STAGE,
MILANO**

SPECIALITÀ

LOVETENDING

MATTEO CIAMPICALI

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA

09/11/1980

LOCALE - CITTÀ

**"STREAT" E FPU,
ROMA**

SPECIALITÀ

MARTINI COCKTAIL

MAURO UVA

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA

23/10/1974

LOCALE - CITTÀ

**GRAN CAFFÈ MANIN,
BELLUNO**

SPECIALITÀ

OLD FASHIONED

bartending si siano potute vedere anche belle realtà nascoste del bartending italiano e che grazie a questo concorso hanno potuto godere di una vetrina per farsi conoscere. Come i restanti otto finalisti ai quali va un grande e meritissimo plauso per impegno e dedizione. Nessuno vorrebbe mai mancare a un evento come questo e ne sono prova l'avventuroso viaggio di Dario D'Avino per essere presente in tempo o lo stoico comportamento di Dario Araneo che ha

concorso con un evidente ma momentaneo handicap fisico.

«Diageo Reserve World Class è una sfida con se stessi – ha commentato a caldo Francesco Cione – dove sono molteplici le caratteristiche personali che ciascuno dei competitor è tenuto a mettere sul piatto. Il concetto di professione viene amplificato andando ben oltre la mera ricetta, perfetta o meno che sia, essendo proprio il cocktail solamente una parte – e nemmeno così tanto im-

DARIO ARANEO

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA
5/7/1979

LOCALE - CITTÀ
**THE GIN CORNER,
ROMA**

SPECIALITÀ
MARTINEZ

DARIO D'AVINO

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA
31/05/1979

LOCALE - CITTÀ
**2H,
NAPOLI**

SPECIALITÀ
OLD FASHIONED

GABRIELE MENINI

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA
13/05/1980

LOCALE - CITTÀ
**TEODORICORE,
VERONA**

SPECIALITÀ
ROB ROY

LUCA MARCELLIN

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA
22/3/1982

LOCALE - CITTÀ
**FOYER BAR,
FOUR SEASONS HOTEL
MILANO**

SPECIALITÀ
MARTINI

MAX LA ROSA

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA
29/05/1977

LOCALE - CITTÀ
**BAJA,
ROMA**

SPECIALITÀ
NEGRONI'S

MICHELE GAROFALO

FINALISTA WORLDCLASS 2015



DATA DI NASCITA
3/11/1986

LOCALE - CITTÀ
**JERRY THOMAS
SPEAKEASY, ROMA**

SPECIALITÀ
ROB ROY COCKTAIL

portante – del bagaglio carico di concetti che il bartender deve portare con sé e mostrare ai suoi ospiti: giudici, cocktail guru o clienti che siano».

Il team di World Class Italia era presente al gran completo, con Franco Gasparri e Fabrizio Fischione alla regia. Il vincitore di World Class Italia 2015 volerà a luglio in Spagna, dove insieme ai suoi colleghi dell'area Western Europe parteciperà a un bartending boot camp di tre giorni per la preparazione all'even-

to globale.

Due veneti, tre napoletani, un piemontese, quattro romani, due milanesi, con una età media di 34 anni, disegnano la geografia sociale del bartending italiano che ha partecipato alla fase finale all'edizione 2015 e che tutto il pubblico presente ha applaudito. Su *Diageo Reserve World Class Italia* cala il sipario mentre si provano le luci della ribalta finale di CapeTown. A settembre.

Fabio Bacchi

**DIAGEO
WORLDCLASS
2015
LE SCHEDE DEI
12 FINALISTI.**

LA LEZIONE DI TEOFRASTO

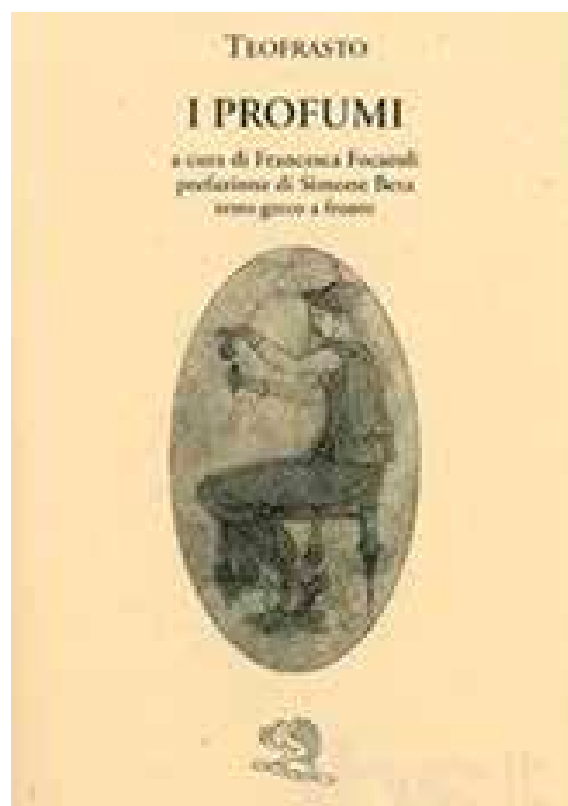
E l'imprescindibile importanza dell'olfatto

DI **LUCA DI FRANCIA** ha collaborato **Fabio Bacchi**

È sempre più comune vedere bartender che si avventurano nella preparazione di tinture erbacee, estrazioni di radici e spezie, infusioni alcoliche con le stesse, preparati assimilabili alle pozioni galeniche. Ciò diventa plausibile e possibile solo quando si è in possesso di determinati requisiti di studio e conoscenze specifiche delle materie e delle tecniche. Perché i rischi dell'improvvisazione conducono su una linea di confine molto labile che divide una percezione basata su una comprensione approssimativa da quella basata su precise conoscenze scientifiche che sono patrimonio di chi ha fatto studi specifici.

Se in gergo si dice che un buon bartender debba assaggiare con il naso non è un caso. L'olfatto ha un ruolo fondamentale, e se oggi si possono catalogare gli odori dandogli una connotazione specifica lo si deve agli studi di Teofrasto da Ereso.

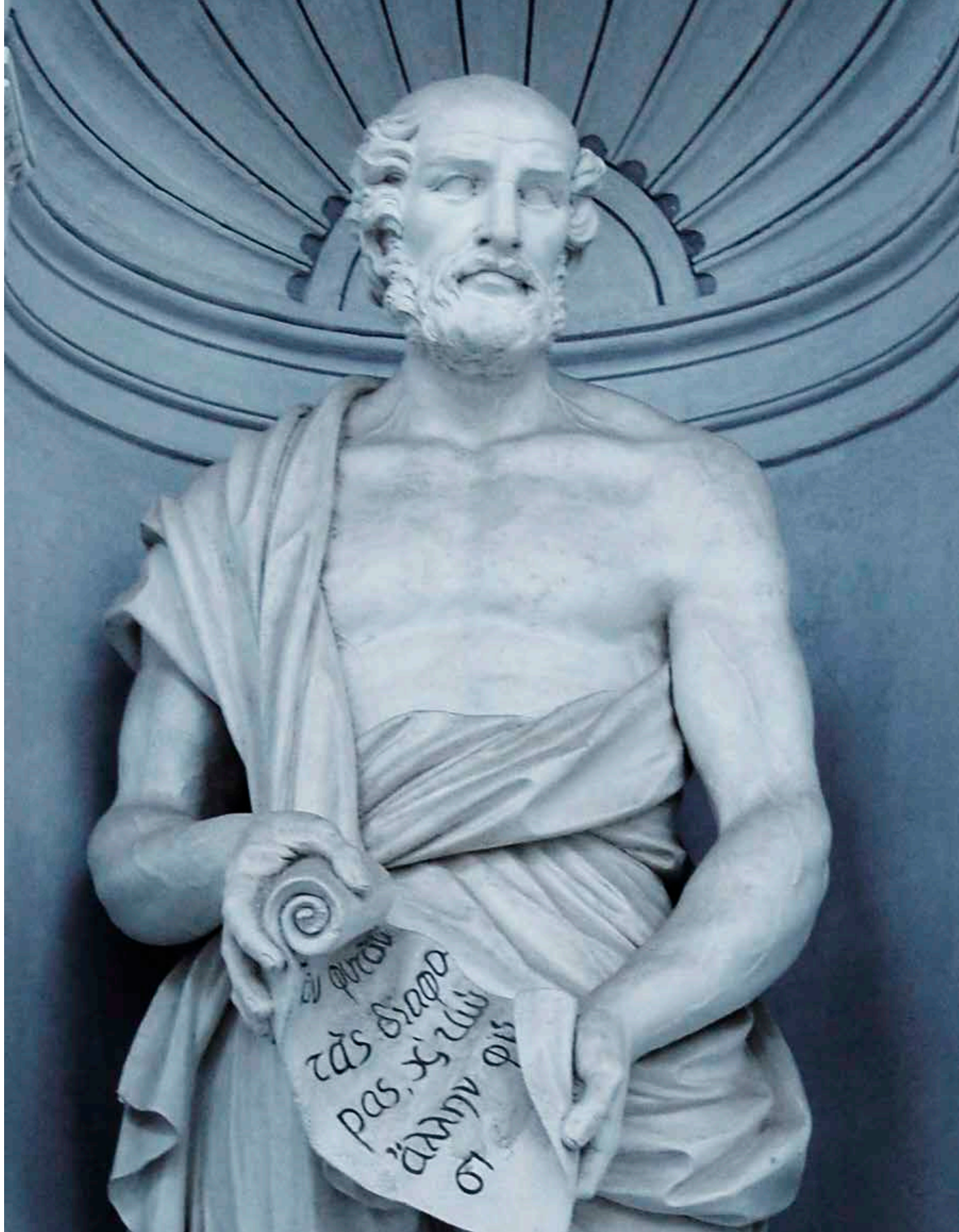
Uno tra i più importanti dissografi della storia, ossia un pensatore che dedicò la sua vita a raccogliere informazioni sulle nozioni scientifiche degli odori. Teofrasto fu il primo a spiegare la preparazione dei profumi ed il loro impiego, descrivendo in modo analitico tutti i processi necessari per ottenere una fragranza armonica ed equilibrata. Probabilmente fu il primo studioso a porsi il problema della volatilità e



della persistenza delle sostanze aromatiche.

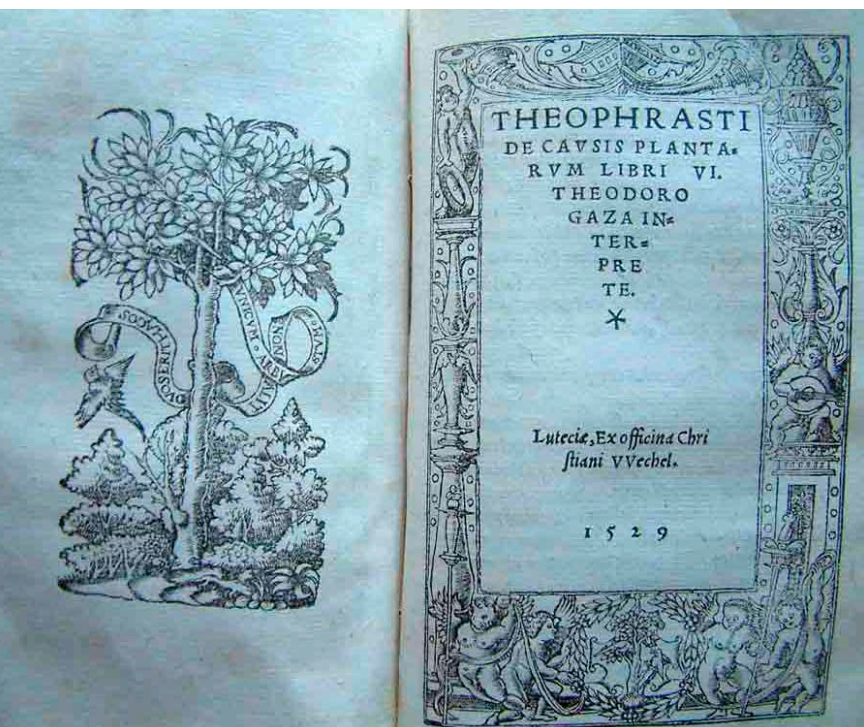
Teofrasto intuì in modo straordinario che il migliore eccipiente per diluire gli aromi fosse un olio dotato di una minor profumazione possibile. Rilevò la vicinanza tra gusto ed olfatto evidenziando il fatto che nessun odore potesse essere senza sapore e che nessun sapore fosse privo di odore.

La data di nascita di Teofrasto si colloca tra il 370 e il 372 a.C., originario di Ere-



so, nell'isola di Lesbo; all'accademia di Atene fu allievo di Platone e in poco tempo divenne amico di Aristotele. A quell'epoca gli odori venivano classificati per tipologia e per affinità odorosa (speziato, floreale,

ecc.), ma è solo grazie all'impulso scientifico che diede Teofrasto a questa materia, che oggi abbiamo una classificazione degli odori in base alla loro durata e quelli in base alla volatilità relativa (testa, cuo-



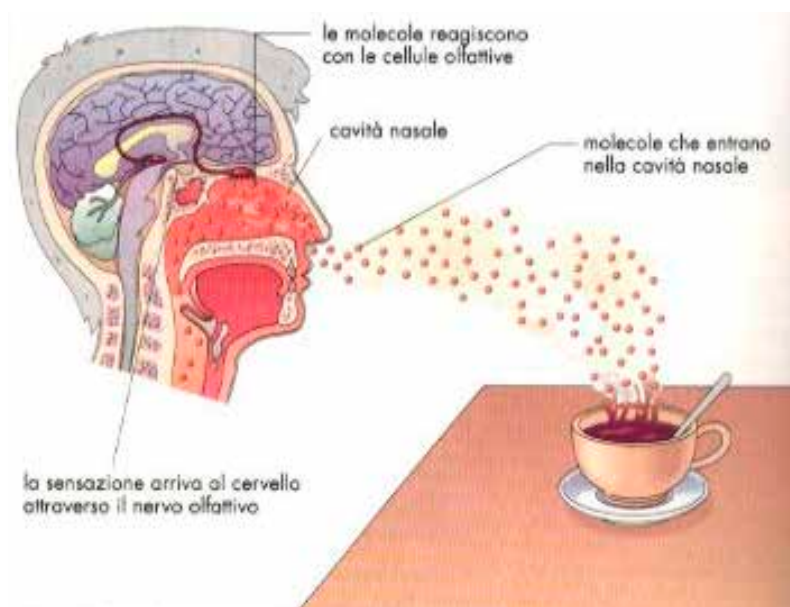
re, coda). A Lesbo Teofrasto svolse anche un'intensa attività politica che lo condusse ad essere per circa dieci anni maestro di Alessandro Magno in Macedonia.

Tra le sue opere rivestono grande importanza due ampi trattati botanici. Nel primo, *Storia delle piante*, in nove testi (originariamente erano però dieci), classifica oltre cinquecento piante, dividendole in alberi, fruttici, suffrutici, erbe; nel testo IX classifica, per la prima volta nell'antichità, droghe e medicinali con il loro annesso valore terapeutico. Nel secondo, *Cause delle piante*, in sei (originariamente in otto) testi, descrive la generazione spontanea e la vegetazione delle piante per cause esterne.

Entrambe le opere costituiscono il più rilevante contributo allo studio della botanica non soltanto dell'antichità, ma anche del Medioevo. Proprio per questo motivo, alcuni studiosi lo hanno soprannominato *padre della tassonomia*.

Si soffermò molto proprio sullo studio analitico degli odori. Egli, appoggiando le tesi di Aristotele, dichiarò che gli odori provengono da una mescolanza di più elementi, per cui pure la terra è in grado di





emanare un odore perché è più composta rispetto all'aria, all'acqua e al fuoco. Teofrasto comprese così, che soltanto grazie alla mescolanza e all'accostamento armonico tra essenze diverse si poteva ottenere una fragranza. Per cui, alcuni profumi, si potevano ricavare mescolando sostanze secche di diversa natura. Altri invece, unendo le essenze al vino, o ancora altri combinando diversi ingredienti liquidi. Oppure, il metodo più accreditato all'epoca, era quello di unire componenti secchi a sostanze umide.

In passato, dato che le fragranze composte erano quelle che duravano più a lungo, era pratica comune mescolare il latte al vino e alle sostanze aromatiche; oppure vino, latte e miele, elementi insieme efficaci per la preparazione di fragranze molto persistenti. I profumi a base di fiori avevano breve durata raggiungevano la perfetta maturazione dopo due mesi, ma cominciarono a perdere la loro fragranza dopo un anno. Ciò avveniva a causa della loro precoce maturazione e per la facilità con la quale le essenze floreali evaporano a differenza di profumi a base di radici la cui fragranza è più corposa e pungente.

Un'altra pratica molto comune in Grecia era quella di lasciare macerare la Mirra in un vino dolce, per renderla ancora più gradevole nei suoi effluvi odorosi. Teofrasto capì molto bene che la stabilità della stagione può rendere più o meno intense le proprietà odorose dei prodotti e che il periodo di raccolta è fondamentale, dovendo considerare se le sostanze odorose fossero state raccolte prima o dopo la loro maturazione.

Negli anni studiò l'evoluzione dei profumi emessi dalle erbe e dalle spezie. Prendendo a campione queste ultime si rese conto che alcune di queste, quando sono fresche, hanno un profumo forte, ma durante la maturazione dopo un medio-lungo periodo si addolciscono. La radice



di iris, ad esempio, per acquisire le note morbide e delicate deve essere lasciata maturare dopo la raccolta dai tre ai sei anni prima della lavorazione.

Teofrasto fu colui che per primo separò i sessi delle piante, avendo distinto la palma maschio dalla femmina ed avendo affermato, prima di tutti, che la palma femmina non porta i frutti laddove non abbia vicino il maschio, dal quale riceve la polvere fecondatrice. Studiò con cura

la forma delle foglie precedendo anche in questo il lavoro dei botanici. Egli fu un precursore della patologia vegetale, e conosceva anche i vermi e gli insetti che alterano le olive, le viti, le biade, infestandone chi i frutti, le foglie, il tronco o la radice.

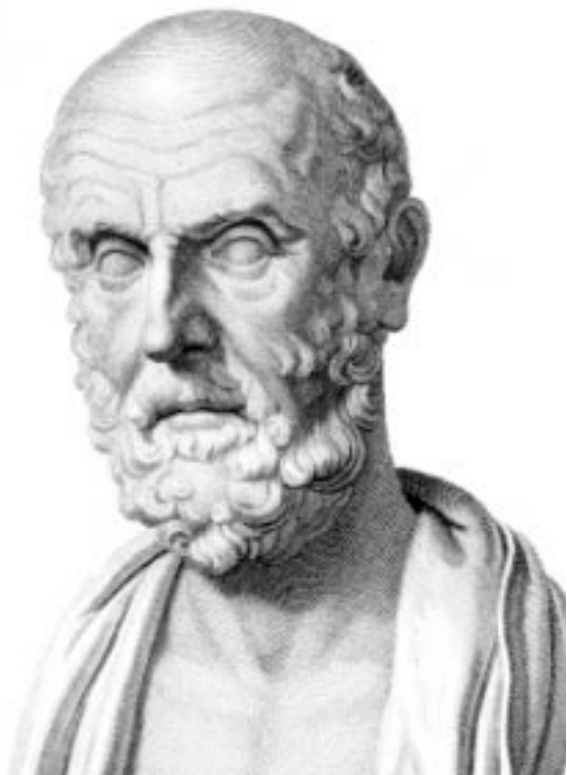
Infine, un altro aspetto importante è lo studio che applicò sulla fase di conservazione dopo la raccolta e riguarda quegli ingredienti che richiedono riposo per raggiungere la loro prima maturazione aromatica. Questo è uno dei motivi per i quali nell'antica Grecia, alcuni aromi venivano conservati in contenitori

Teofrasto fu il primo a separare i sessi delle piante e a intuire come l'olfatto fosse collegato al cervello



di piombo o in boccette di alabastro che, per la loro freddezza e compattezza, riuscivano a preservare i profumi evitando eventuali evaporazioni.

Nessuno prima di lui aveva indicato in maniera così analitica le componenti aromatiche indicando le varie caratteristiche ed evidenziando tutte le fasi di una fragranza. Teofrasto sosteneva che, come il filosofo mira alla creazione di nuove dimensioni distillando parole e concetti al fine di elaborare la sua visione della realtà, il creatore di fragranze distilla essenze per elaborare le sue visioni odorose. Si interrogò sulla natura degli aromi distinguendoli in pungenti, dolci, aspri, forti, grassi e fetidi; vi accostò i sapori, confrontò la capacità percettiva di uomini e animali prendendo a campione uomini di nazionalità diversa ed infine comprese come l'olfatto fosse collegato al cervello.



Teofrasto fu il primo a indagare in modo tecnico sui sistemi di estrazione delle essenze e sulla composizione delle sostanze aromatiche analizzando le proprietà terapeutiche delle stesse. Per diversi anni andò al consulto dagli esperti profumieri per carpire i segreti del mestiere. Teofrasto fu il primo a indicare che l'impiego del profumo di rosa era in grado di coprire tutti gli altri odori, per cui veniva suggerito e fatto provare dai mastri profumieri dell'epoca ai clienti indecisi al fine di scoraggiare acquisti nelle botteghe concorrenti.

Ma che attinenza possono avere gli studi teofrastici con il bartending? Si è sempre creduto che fosse Ippocrate il primo a lavorare sull'aromatizzazione dei vini. I vini ippocratici, la storia ancestrale dei vini aromatizzati alla quale lo stesso Vermouth si collega nella sua evoluzione deve essere inevitabilmente riportata alle teorie teofrastiche. In realtà fu Teofrasto il primo a sostenere che il profumo adolcisse i vini e fu per questo motivo che nell'antica Grecia venivano uniti questi profumi naturali al vino prima di essere bevuti, oppure certe fragranze venivano aggiunte nella fase di preparazione del

vino stesso.

Il vino è sempre stato utilizzato come principio attivo nei medicinali e i vini medicamentosi erano una delle forme galeniche più prescritte a quei tempi. Se Ippocrate (460 a.C) lasciò a macerare il vino greco, forte e ricco di zuccheri, con i fiori del dittamo e dell'artemisia creando ciò, che fino al Medioevo venne chiamato vino Ippocrasso, sicuramente prese in considerazione tutti gli studi intrapresi e lasciati in eredità da Teofrasto di Ereso.

Sicuramente ha influito positivamente sui criteri valutativi delle analisi organolettiche che tutt'oggi facciamo sia per i distillati che per i vini ed è molto affascinante pensare che tutto quello che lui ci ha lasciato, indirettamente e quasi per caso, sia stato un patrimonio immenso non solo per l'arte profumiera contemporanea, ma soprattutto nell'arte liquoristica attuale.

Teofrasto morì a ottantacinque anni dedicando la sua vita ad una ricerca costante e sul punto di morte a un suo caro amico esclamò: «Si muore proprio quando si incomincia a vivere!».

LUCA DI FRANCIA

ha collaborato **Fabio Bacchi**



SE LA SCIENZA SPOSA IL BAR

Regole e competenza
per la creatività senza limiti

DI **GIOVANNI CECCARELLI**

Negli ultimi anni la bibliografia sul bar ha visto la pubblicazione di tanti libri e la nascita di rubriche, come questa, che analizzano da un punto di vista scientifico la preparazione dei cocktail.

Conoscere in maniera più approfondita il corretto metodo di lavorazione degli in-

gredienti e di costruzione dei drink, oppure sperimentare nuove tecniche di miscelazione in maniera efficace e sicura, è un'esigenza sempre più sentita dalla comunità dei bartender. Tuttavia questo accade non sempre senza resistenze perché questo approccio richiede studio e la volontà di mettere in discussione molte delle cono-

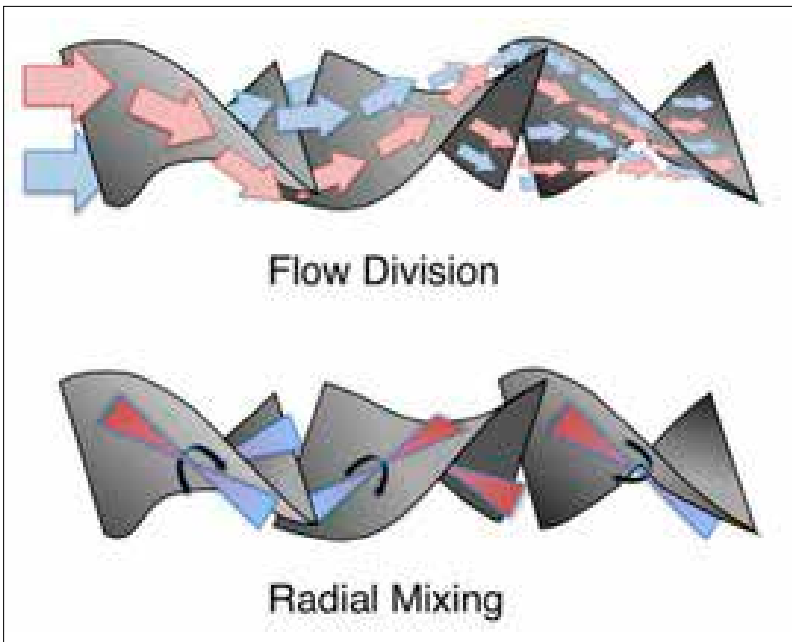
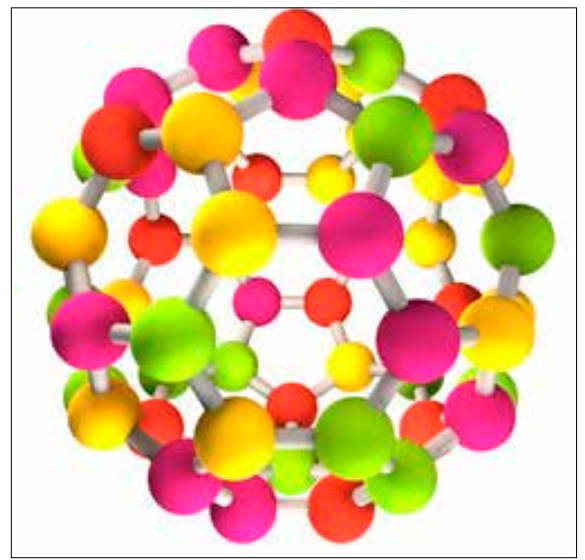
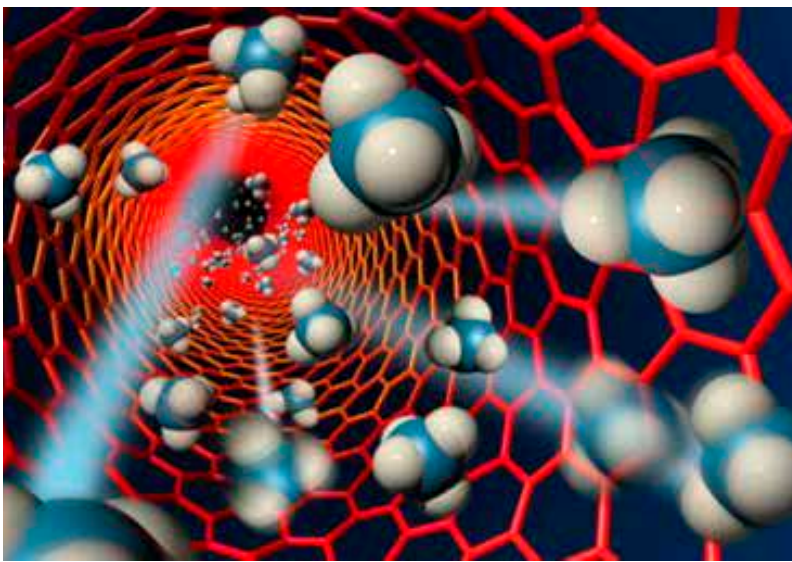


scienze acquisite durante anni di lavoro.

La scienza può dare risposte per quanto riguarda l'utilizzo, la scelta e la conservazione di alcuni ingredienti o le tecniche di miscelazione, ma non ricerca (o lo fa in maniera ancora timida) e non da risposte esatte sul modo di relazionarsi con i clienti o sui tanti altri aspetti del sistema bar. Si intuisce quindi che il ruolo della scienza nel mondo del bar, è abbastanza limitato ma questo non vuol dire che non sia importante.

È necessario non lasciarsi ingannare o condizionare dagli stereotipi, avere un

approccio scientifico non vuol dire essere dei “topi da laboratorio” e dimenticare o trascurare la parte più divertente e stimolante di questo lavoro. Non è richiesto un laboratorio per scoprire le proprietà chimiche e fisiche dei nostri ingredienti (questo viene fatto nelle Università!) ma è richiesto ricercare, prima di lanciarsi nella fase delle sperimentazione o preparazione di un drink, il miglior metodo per lavorare gli ingredienti affidandosi, per esempio, a pubblicazioni scientifiche o libri riconosciuti come attendibili dalla comunità scientifica mondiale.



bene il sapore degli ingredienti, riuscendo a fare associazioni a livello mentale. Conoscere come lavorare una pesca per ottenere il massimo o come ottimizzare una shakerata non limitano questo processo. Oppure si pensi alla ventata di novità introdotta dalla cucina molecolare: tantissimi bartender hanno proposto nuovi drink e, indipendentemente dal fatto che si apprezzino o meno questo tipo di miscelazione, non si può negare che in questo caso la scienza abbia portato ad un'esplosione di creatività e voglia di sperimentare.

Invece, un limite alla creatività, potrebbe essere il foodpairing. Questo strumento permette di creare abbinamenti partendo dal presupposto che è possibile abbinare due materie prime se hanno un certo numero di componenti aromatici in comune. Tuttavia anche in questo caso il barista ha un certo grado di libertà: il foodpairing trova gli abbinamenti, ma non l'equilibrio di sapore.

Concludendo, non è richiesto essere scienziati. Il lavoro del barman richiede diverse competenze di cui saper miscelare è solo una di queste, molto importante, ma che forse non va all'essenza di questo lavoro. Non si prendano queste parole come una giustificazione per non cercare di migliorare: dall'ignoranza non nascono mai drink eccellenti.

Giovanni Ceccarelli

In parole molto più semplici e dirette è sempre sbagliato, anche se il risultato può essere soddisfacente, fare le cose "a caso" perché questo potrebbe non garantire un risultato replicabile più volte secondo lo standard qualitativo richiesto. Un'attenta ricerca può portare ad un maggiore guadagno o risparmio: un drink ben fatto incrementa le vendite, conservare la frutta o altri ingredienti in maniera corretta comporta meno sprechi.

La scienza, sempre declinata nel nostro settore, non è un limite alla creatività. La creatività nasce da una profonda conoscenza delle materie prime che si stanno utilizzando: è possibile creare un drink in maniera istintiva solo se si conosce molto

Questa è una storia di dedizione,
che inizia nel 1779 *al Ponte* di Bassano.
È la storia di Bortolo Nardini che, oltre 230 anni fa,
ha fondato la più *antica distilleria italiana*.
Ma è anche la storia di un nome e di una famiglia
diventati sinonimo di un prodotto.

RISERVA 15 ANNI. IMPECCABILMENTE NARDINI

“Se non è Nardini,
che grappa è?”



B.º NARDINI
DISTILLERIA A VAPORE

RUBINO E AMBRATO: I NUOVI “TORINESI”

Passione Martini nel rispetto della maestria artigianale

DI FABIO BACCHI

La vetrina è quella di Milano Expo 2015, lo spazio quello della Terrazza Martini. È qui che l'iconica azienda italiana, produttrice di Vermouth in Piemonte sin dal 1863, ha voluto presentare la sua nuova gamma di Vermouth di Torino, firmata Martini Riserva Specia-

le, nelle versioni Rubino e Ambrato.

Per la verità la presentazione dei nuovi Vermouth di Torino a Expo 2015 era stata preceduta da due distinte fasi. La prima è stata a Palazzo Reale di Torino alla presenza delle autorità pubbliche locali con il sindaco Piero Fassino. La seconda fase ha visto una selezionata schiera di bartender internazionali visitare i luoghi dove vengono prodotti i nuovi Vermouth: la fabbrica di Pessione-Chieri e i campi della zona di Pancalieri, dove, in collaborazione con la Cooperativa Erbe Aromatiche vengono coltivate e raccolte alcune delle numerose erbe officinali che compongono il mix botanico impiegato nella lavorazione.

Costituita nel 1985, la Cooperativa Erbe Aromatiche Pancalieri, rappresenta una ventina di aziende agricole specializzate nella coltivazione di piante officinali. Su 100 ettari di superficie vengono coltivate una ventina di specie diverse con metodo convenzionale seguendo le direttive delle buone pratiche agricole. Le erbe si trasformano utilizzando moderni





**LA TERRAZZA
MARTINI**

DA SINISTRA
IN ALTO:
IVANO TONUTTI;
BEPPE MUSSO;
GIUSEPPE
GALLO
E MAURO LOTTI.

impianti che garantiscono la sicurezza alimentare e la rintracciabilità, con processi di produzione volti a ridurre al minimo l'impatto ambientale.

A presenziare davanti una platea di più e meno noti bartender italiani, il Master Herbalist Ivano Tonutti, l'enologo di casa, Beppe Musso e il Martini Global Ambassador Giuseppe Gallo. Immaneabile la

presenza di Mauro Lotti, indiscusso vate del bartending italiano, in rappresentanza dell'assioma Vermouth-Martini-Bartending. «Martini Riserva Speciale Rubino e Martini Riserva Speciale Ambrato rappresentano la capacità di guardare avanti – ha esordito Giuseppe Gallo – e la passione di Martini nel rispetto della conoscenza della grande maestria arti-



giana tradizionale, essenziale per ricreare il vero Vermouth di Torino. Un omaggio all'italianità di questo prodotto, una celebrazione italiana».

Nelle intenzioni, i due nuovi prodotti, realizzati con un mix di vini italiani aroma-

tizzati con vari botanici troveranno largo spazio in miscelazione. Nella versione Rubino è presente il Nebbiolo Langhe Doc con la sua ricca complessità e nel suo mix di botanici figurano tra gli altri il cardo santo italiano e il sandalo rosso dell'Africa centrale. Nella

versione Ambrato, tra i vini selezionati da Beppe Musso, sono presenti il Trebbiano e il Moscato d'Asti DOCG con la sua aromaticità e un delicato profumo di miele. Nel mix di botanici di Ambrato rientrano

le scorze gialle di cinchona dell'Equador, il rabarbaro cinese, la camomilla romana e ben tre tipi di Artemisia che conferiscono la nota più caratterizzante al gusto.

Il mix di botanici confezionato da Ivano Tonutti è particolare per la presenza di ben tre tipi di Artemisia: l'Absinthium, la Spicata e la Vulgaris. In ossequio alla tradizione di Luigi Rossi, il primo storico master blender della maison, gli estratti aromatici vengono lasciati riposare per due mesi, non in piccole botti, ma nei grandi e tipici tini piemontesi di quercia. Nelle premesse del progetto c'è molta "torinesità" ed è racchiusa nel titolo "Vermouth di Torino".

Il certificato di nascita del Vermouth in Italia, o forse meglio dire, la prima standardizzazione di un concetto produttivo tipico di qualità, nacque a Torino nel 1786. Certamente in quell'anno nacque un occhietto del futuro made in Italy, che ha avuto un momento di minor attenzione e, negli ultimi anni, un rinnovato interes-

*Nebbiolo Langhe
Doc per la
versione Rubino,
Trebbiano e
Moscato d'Asti
DOCG per
l'Ambrato*



se che ha permesso la rinascita di molti marchi artigianali.

Vermouth di Torino è un progetto che tende a tutelare il Vermouth da imitazioni e produzioni delocalizzate. In questa iniziativa sono coinvolti il ministero delle Politiche Agricole, Federvini, molti produttori e soggetti interessati a che Torino diventi la capitale del Vermouth. Un esempio sul genere è stata la tutela che si sono i dati i produttori di Vermouth di Chambéry, in Francia, sin dal 1934.

L'IGP Vermouth di Torino è un progetto che nasce dalla volontà di alcuni produttori per definire le regole produttive. La spinta viene dal nuovo Reg. UE 251 del 2014 e dalle sollecitazioni di un mercato mondiale che mostra molto interesse sul prodotto. Il dibattito sul disciplinare è ancora aperto in quanto rimangono alcune perplessità e aree di discussione come dall'ultima stesura dell'atto del 27 marzo 2015. Tra queste alcune molto importanti. La zona di produzione del Vermouth di Torino è ancora individuata genericamente in Piemonte senza precisare se questa riguarda i vini, le erbe, la preparazione degli estratti o dell'intero ciclo produttivo. Alcune deroghe proporrebbero la produzione in altre zone ad aziende che proverebbero una produzione di Vermouth di



Torino almeno 25 anni prima di entrata in vigore del disciplinare. Non definire la zona di produzione degli infusi potrebbe causare la produzione degli stessi in qualsiasi zona del mondo.

Secondo l'attuale bozza del Disciplinare, i mosti e i vini possono provenire da tutta l'Unione Europea, in pratica da tutto il mondo nel caso di importazione di vini da paesi terzi ma assimilati ai vini della UE. Trattandosi di un prodotto IGP, sarebbe importante poter avere anche per i vini base un riferimento di origine più preciso, ovvero poter usare solo vini piemontesi.

Relativamente alla gradazione alcolica minima del Vermouth di Torino esistono due linee di pensiero: chi vorrebbe gra-



dazione minima nel 16%, e chi preferirebbe un limite minimo più basso, ovvero 14,5%. Aggiungiamo che la gradazione alcolica di per sé stessa non è mai un indicatore di qualità. Ancor di meno lo è nei casi dove la maggior parte dell' alcool è aggiunto. I requisiti di qualità del Vermouth di Torino dovrebbero essere altri: il vino base e la sua struttura, gli estratti aromatizzanti e la loro lavorazione e maturazione. Per il confezionamento sarebbe utile privilegiare una forma tradizionale e classica di bottiglie di vetro che non possano trarre in inganno il consumatore. Attualmente, la proposta di Disciplinare del Vermouth di Torino è in processo presso la Federvini di Roma che si occupa di seguire l'iter burocratico in sede nazionale ed europea.

Le nostre impressioni sui nuovi Vermouth di Martini: Ambrato si presenta in bocca con una dolcezza mielata che viene subito attenuata al medio palato da tonalità speziate, nel finale lungo emerge la nota amara delle Artemisie e del rabarbaro, si avverte un piacevole senso di freschezza floreale ed erbacea, la camomilla, che si prolunga in un retrogusto quasi asciutto, ma morbido e complesso.

La struttura che sostiene Ambrato è importante ed equilibrata, i suoi 18° sono piacevolmente dispiegati. Sicuramente un grande prodotto in miscelazione e nel consumo neat. Da Rubino mi aspettavo una complessità più profonda e lussuosa. Emerge una nota molto tannica e legnosa che tende a prevalere su una, da me preferita, morbidezza e rotondità. Nota fruttata di ciliegia ma quasi acerba, con un finale secco, forse poco persistente.

Una considerazione finale: la mission delle grandi aziende è da sempre quella di creare un mercato e così è stato anche per Martini che indubbiamente ha recitato il suo ruolo nel creare e sostenere il Vermouth nel mondo. Ultimamente, con la limited edition Gran Lusso prima, e Riserva Speciale adesso, sembra più voler assecondare gli stimoli del mercato. Se è così bisogna riconoscere che l'aver raccolto questa sfida, partita anche dal bartending mondiale, ripropone il citato assioma iniziale: Martini-Vermouth-Bartending. Che si concretizza con un altro segnale molto importante: il ritorno del Martini Grand Prix.

Fabio Bacchi



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.



Puree 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

LA RISCOSSA DELL'EMILIA ROMAGNA

Complici la crescita economica e il rinnovato interesse per il bartending

DI VALERIO SPERELLI

Un tempo regina delle mete turistiche estive, l'Emilia Romagna del bartending ha vissuto tre lustri di placido immobilismo. Grazie a un afflusso turistico sommariamente costante, i grandi capitani del bar di questa regione si sono gradualmente distaccati dal tessuto vitale delle nuove aperture e dei nuovi giovani da instradare alla professione, con il risultato di una mancanza crescente di rinnovamento, di formazione, di educazione all'ospitalità e all'ortodossia del bartending.

Le potenzialità di questo territorio sono tuttavia enormi e per gran parte insite all'interno del duro lavoro degli anni passati che ha portato alla creazione di una legione di strutture ricettive pronte

ad accogliere il turismo familiare e quella fascia media della popolazione europea che nonostante le frustrazioni della crisi economica ha comunque voglia di ripartire e dedicarsi del tempo piacevole e rilassante. Negli ultimi 18 mesi il Pil della regione è infatti tornato a crescere, le iniziative culturali riguardanti il bartending si sono moltiplicate, le occasioni di confronto e crescita sono piacevolmente in aumento.

Il tanto agognato rinnovamento sta arrivando, con una schiera di nuovi bartender che hanno ben chiaro il concetto di essere dei nani sulle spalle dei giganti, e che solamente grazie a un processo di continua formazione possono proiettarsi verso il futuro.



ECCELLENTE



OTTIMO



BUONO



ECCELLENTE



OTTIMO



BUONO





THE NOBLE EXPERIMENT

BARMAN
E DRINK



BAR, ATMOSFERA
E SERVIZIO



Vivere la Romagna significa anche visitarne i castelli e i borghi, pagando dazio alla grande ricchezza storica e culturale di queste terre. Imprescindibile è una visita a Santarcangelo di Romagna: borgo fortificato risalente al X secolo, domina, dall'alto della collina su cui è adagiato, una valle solcata da due modesti ma storicamente importanti fiumi. Risalendo la collina verso il borgo, la prima cosa a colpire è la qualità del restauro a cui il paese è stato sottoposto: di una pulizia e un ordine esemplare, con le attività commerciali e i bar e ristoranti a comporre un cammeo di ospitalità di incredibile gradevolezza.

Nella parte alta di Santarcangelo nasce il “The Noble Experiment”, e per trovarlo bisogna salire al primo piano di uno dei palazzi del borgo, in un appartamento perfettamente trasformato in bar senza snaturarne le caratteristiche principali. Nella sala immediatamente contigua all'ingresso c'è, infatti, un grande camino in pietra che troneggia maestoso in quella che doveva essere la stanza da pranzo principale.

Nella stanza successiva troviamo il bar, con alle spalle un mobile sicuramente antico a vetrinetta – di fronte al quale, pur essendo al primo piano, si apre un cortile che d'estate regala una possibilità di respiro architettonico a un locale che per sua stessa vocazione e concezione vuole essere intimo e protetto. I drink vivono di semplicità e qualità senza strafare, cercando sempre di portare l'offerta ad un livello importante, con diverse chicche a rappresentare la volontà di distinguersi dalla media delle attività di questa zona.

VIA DEI NOBILI, 12 SANT'ARCANGELO DI ROMAGNA (RN)



TIKI COMBER

BARMAN
E DRINK



BAR, ATMOSFERA
E SERVIZIO



Di recente inaugurazione in uno degli angoli più caratteristici di Cesenatico, il Tiki Comber è un locale prettamente estivo ed è riuscito, nonostante la brevissima vita, ad integrarsi perfettamente con il contesto sociale in cui nasce. È sempre estremamente piacevole infatti vedere come un territorio storicamente conservatore sotto il punto di vista dell'offerta enogastronomica abbia ben recepito un'innovazione ed il relativo tentativo di un giovane imprenditore di realizzare un ampliamento dell'offerta nel panorama dell'ospitalità della zona.

A dare man forte all'audace proposizione sicuramente concorre la tipologia di drink offerti, che perfettamente si sposano con questa stagione e con il consumo conviviale all'aria aperta: gradevolmente estivo, spesso non impegnativo, alcoliamente sostenibile anche con le temperature più calde della bella stagione. All'interno del locale, molto piccolo per la verità, troviamo tavole da surf, camicie floreali e buonumore che vanno a comporre un contesto credibile e divertente. Nella lista drink, ad uno sguardo più approfondito, spiccano grog e cooler, oltre ai grandi classici come il Mai Tai e lo Zombie.

Il giudizio è direttamente dipendente dalla freschissima inaugurazione: con un appuntamento nei prossimi mesi per valutare lo sviluppo delle potenzialità di questa bella realtà romagnola.

VIA ARMELLINI, 14 - CESENATICO (FC)



NU LOUNGE

BARMAN
E DRINK



BAR, ATMOSFERA
E SERVIZIO



Passando da Bologna, camminando sotto i porticati del centro, passeggiando tra le strade dove quasi mille anni fa nacque la prima università, non ci si può esimere da una doverosa visita ad un locale che, unico nella città, porta avanti un concetto di miscelazione preciso e costante, unendo il calore bolognese alle atmosfere caraibiche e alle fragranze esotiche tipiche della miscelazione Tiki.

Il Nu Lounge rappresenta degnamente infatti, sia all'estero che a casa nostra, l'estro e l'incontenibile creatività italiana che da sempre ci contraddistingue ed identifica, attraverso una proposizione varia e stimolante di prodotti tradizionali ed homemade divertenti ed azzeccati. Il locale è piacevolmente realizzato e ben rappresenta a livello visivo ed architettonico l'anima Tiki che pervade il menù: ne richiama le atmosfere senza eccedere nell'estremizzazione della rappresentazione, mantenendo un'anima che potremmo definire sempre perfettamente urbana ed ospitale.

Un altro punto di merito del locale è la presenza della cucina e la relativa possibilità di trattenersi per tutta la serata, approfittandone per bere un aperitivo, mangiare un buon piatto della tradizione italiana e scegliere infine tra le proposte del bar per prolungare il momento del dopo cena con uno dei drink presenti a menu.

VIA DÉ MUSEI, 6 – BOLOGNA



MOWA

BARMAN
E DRINK



BAR, ATMOSFERA
E SERVIZIO



Punto di riferimento della costa adriatica per la qualità delle iniziative legate al bartending, il MoWa è un piacevole locale il cui indirizzo di miscelazione è incentrato principalmente sulla lavorazione di distillati provenienti dal continente sud americano: Tequila, Ron, Aguardiente, Mezcal e Cachaça hanno un ruolo da attori protagonisti all'interno del menù.

E sfogliandolo attentamente, si può chiaramente tastare il grande amore che chi lo ha redatto prova per la materia: un amore viscerale e totalitario che a volte porta ad una ridondanza e sovrabbondanza di ingredienti e nozioni all'interno delle quali è piacevole perdersi ma che andrebbero spiegate e raccontate ad un pubblico che per larga parte è assolutamente non specializzato.

L'ambiente è infatti tipicamente vacanziero e spensierato, con la strada prospiciente chiusa al traffico ed il flusso del passeggio del lungomare che si sviluppa senza soluzione di continuità. I tavoli del ristorante all'aperto, arredati secondo uno stile classico ed elegante, che tradisce volontà e necessità di apparire rapidamente importante allo sguardo distratto di un turista, sono ben serviti e riforniti dagli instancabili camerieri.

Un ottimo lavoro dunque portato avanti a Marina di Ravenna, che non mancherà di appassionare gli amanti delle atmosfere caraibiche e centroamericane.

VIALE DELLE NAZIONI, 177 – MARINA DI RAVENNA (RA)



PEPPER

BARMAN
E DRINK



BAR, ATMOSFERA
E SERVIZIO



Alcuni locali godono delle luci della ribalta dovuti a mode, a meriti, a ricerca o ancora ad amicizia e relazione. Altri vivono di onesto lavoro ed ospitalità ai massimi livelli. Entrare al Pepper è come entrare in casa propria, con qualcuno che sorride sempre e che accoglie gli ospiti come se fossero davvero mancati all'interno di quelle mura, anche e specialmente nel caso in cui se ne varcasse la soglia per la prima volta. Il bar, sincero e diretto, ci racconta dei grandi classici della miscelazione trattati con rispetto: forse non esaltati secondo le mode del momento, forse non filologicamente argomentati, forse non twistati con quella rarissima bottiglia trovata nella polverosa cantina dei nostri avi; ma sicuramente in grado di offrire un rassicurante standard qualitativo che non può stancare. La location risulta spesso rumorosa per via dei treni che in continuazione mangiano la strada ferrata distante appena pochi metri dai tavoli: ed è un vero peccato, perché la presenza di alberi nel cortile permette una piacevole sosta anche pomeridiana quando si ha bisogno di trovare riparo dalla canicola estiva pur restando all'aperto. In conclusione, un bar dove ritornare non per la ricerca ma per il sorriso e il buonumore che lascia addosso, come ogni grande osteria dovrebbe saper fare.

VIA DEI MILLE, 16 – RICCIONE (RN)

19

Lady
DRINK



TROFEO



YSABEL REGINA

AGED IN OAK BARRELS OF
Pedro Ximenez

19 OTTOBRE 2015



TREZZO SULL'ADDA - MI



È TEMPO DI “FOODPAIRING”

LOUNGE FOOD

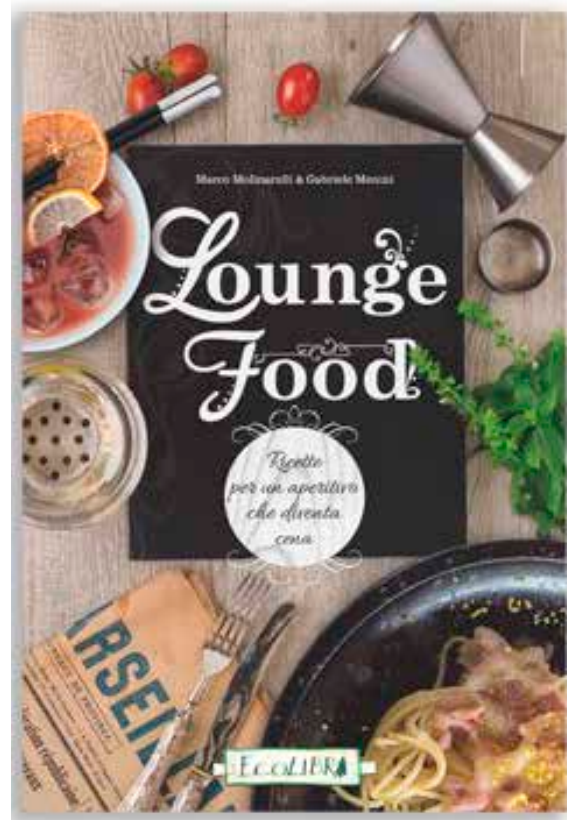
Gabriele Menini e Marco Molinarolli
Arsenale Editrice – Euro 10,00

Gabriele Menini è stato uno dei bartender italiani finalista alla selezione italiana di Diageo Reserve World Class 2015. In tandem con un suo collega chef, Marco Molinarolli, presenta un volume che mette in discussione alcune certezze in fatto di gastronomia e abbinamenti.

L'accostamento fra cibo e cocktail, il "foodpairing", è una delle ultimissime tendenze che cuochi e bartender stanno sviluppando. Il foodpairing è un'inesauribile fucina di novità per addetti ai lavori di bar e cucina, per cultori e appassionati che vogliono esplorare insoliti orizzonti di gusto.

Il *foodpairing* sposa ricette delle più disparate origini in abbinamento con i cocktail così da esaltare le qualità aromatiche e di gusto di entrambi. Ci si basa sul principio di poter scoprire nuove combinazioni di gusto associando fra loro i diversi composti aromatici presenti nei prodotti alimentari e nei drink. Il risultato è una serie di abbinamenti non influenzati dal contesto culturale o dalla tradizione che risultano sorprendenti e singolari.

Le proposte, articolate in vari livelli di difficoltà, sono pensate per consentire al lettore di preparare aperitivi veloci, piatti sostanziosi e ricercati ma anche spuntini nutrienti e sani. Il libro è diviso



in due parti, una dedicata al cibo e una ai cocktail.

In ogni preparazione si trova un riferimento all'abbinamento che gli autori hanno ritenuto ideale per la ricetta specifica.

Il consiglio è di iniziare seguendo gli accostamenti suggeriti per poi, una volta compreso il meccanismo, trovare la strada che possa esaltare la propria creatività.

Alessandro Palanca

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 —

SHOWRUM

ITALIAN RUM FESTIVAL

RIGHT SPIRIT PEOPLE

26-27-28 SETTEMBRE 2015
SALONE DELLE FONTANE
ROMA - EUR

LA PIÙ GRANDE
RASSEGNA DEDICATA AL
RUM IN ITALIA

SABATO/DOMENICA
GRAND OPENING
CON DEGUSTAZIONI
DEI MIGLIORI RUM
DEL MONDO

LUNEDI'
ONLY TRADE OPENING
CON ACCREDITAMENTO
GRATUITO ON LINE

WWW.SHOWRUM.IT



UN EVENTO IDEATO E PRODOTTO DA

