

# BarTales

ANNO III | N. 4 | DICEMBRE 2015



*Hot Spirit*  
BITTER AL TOP

*Cult*  
IL LIQUORE  
DELLA SALUTE

*Liquid Story*  
TRADIZIONALE,  
BIANCO E DI PRATO

COCKTAIL STORY

# CLASSICO BOLLENTE

# CARPE

## IL PRIMO V



# CARPANO

## VERMOUTH



- 7** **L'editoriale** di Melania Guida  
ODE AL PROSECCO. IN BOTTIGLIA
- 8** **News** DAL MONDO
- 10** **Bar Story** di Luca Rapetti  
FASTI "ROYAL"/1
- 16** **Hot Spirit** di Fabio Bacchi e Dario D'Avino  
BITTER AL TOP
- 28** **Cocktail Story** di Gianni Zottola  
CLASSICO BOLLENTE
- 38** **Focus on** di Giulia Arsellì  
BENVENUTI AL RAY'S BAR
- 44** **Cult** di Luca Di Francia  
IL LIQUORE DELLA SALUTE
- 50** **Report** di Matteo Rebuffo  
ORGOGGIO GRECO
- 56** **Liquid Story** di Fabio Bacchi e Luca Di Francia  
TRADIZIONALE, BIANCO E DI PRATO
- 64** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli  
MARACUJA, FRUTTO DELLA PASSIONE
- 68** **Book corner** di Alessandro Palanca  
IL DRINKZIONARIO



10



16



28



38



44



50



56



64

**DIRETTORE RESPONSABILE**

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

**REDAZIONE**

**Fabio Bacchi**

(fabiobacchi@bartales.it)

**GRAFICA**

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

**HANNO COLLABORATO**

**Giulia Arsellì, Giovanni Ceccarelli,  
Dario D'Avino, Luca Di Francia,  
Alessandro Palanca, Luca Rapetti,  
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

**© COPYRIGHT**

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

**BEVI RESPONSABILMENTE**

ESTABLISHED 1898

# THE BenRiach

DISTILLERY COMPANY LTD



## THE BENRIACH SINGLE MALT SCOTCH WHISKY

Established in 1898 and located in the 'Heart of Speyside', the BenRiach Distillery became independent in 2004. The distillery continues to produce the highest quality single malt Scotch whiskies.

With access to an impressive inventory of maturing whiskies dating back as far as 1966, our range of expressions is varied both in terms of age and style, including 'classic Speyside', special 'finishes', heavily peated BenRiach and exclusive single cask vintage bottlings.



PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

[www.pellegrinispa.net](http://www.pellegrinispa.net)

Facebook\_Pellegrini Spa

Distributed by Pellegrini S.p.A. Drink responsibly.



## THE BARTENDER'S SECRET

---

**B.º NARDINI**  
DISTILLERIA AVAPORE

— dal 1779 —

THE FIRST ITALIAN DISTILLERY

WWW.NARDINI.IT

# ODE AL PROSECCO IN BOTTIGLIA

**A**mo il Prosecco, single o in abbinamento, quasi sempre in tutte le declinazioni che lo riguardano. So di non essere originale, consapevole di accodarmi a buona e crescente compagnia. Del resto, è almeno dalla fine del '500 che il glera (il vitigno di base) continua a far proseliti, destinando quello che è uno dei vini più famosi dello Stivale a singolari, insospettabili trasformazioni. Ultima, quella del biscotto. L'idea è venuta a Monica Perencin, classe 1975, di Pieve di Soligo, che all'interno del laboratorio di pasticceria del Centro di formazione professionale della Provincia di Treviso che ha sede a Lancenigo e in collaborazione con Vini Villa Raspi, ha sfornato, dopo vari esperimenti, il *Biscotto al Prosecco*. Uova, burro, zucchero e farina (la ricetta completa è evidentemente segreta) a cui va aggiungersi il Prosecco in forma di solida glassa. Risultato: un biscotto fragrante, dal gusto sostanzialmente semplice, equilibrato, che ben si abbina al buon vino trevigiano.

Va detto che non è la prima volta che il Valdobbiadene abbandona il bicchiere. Tempo fa ci fu lo "scandalo" della lattina con Paris Hilton, la celebre ereditiera americana, scelta come sponsor delle bollicine in barattolo. Non tutti gradirono la novità, specialmente Provincia e Consorzio di tutela del Prosecco. E che dire del Prosecco "on tap", alla spina (sistema adottato in Gran Bretagna e stroncato sul nascere dai Consorzi del Prosecco Doc, Docg e Asolo Montello) delle patatine aromatizzate o delle caramelle gommose e frizzanti? In quei casi intervenne "Sistema Prosecco", l'ente presieduto da Stefano Zanette, a capo del Consorzio di tutela della Doc Prosecco, con un'energica campagna anti-contraffazione a tutela di un marchio che è protetto e che non può essere utilizzato con leggerezza. Del resto l'Europa era stata chiara: il vino trevigiano si deve servire solo in bottiglia. In attesa di assaggiare il biscotto, anch'io mi schiero e il Prosecco, solo o in twist, francamente lo assaporo in flute. E voi? Fatemi sapere. Cin cin!



## RITORNO A DUBLINO

L'irlandese Teeling lancia il suo nuovo Single Malt in edizione limitata: "The Revival" 15 anni. Questo prodotto vuole celebrare la recentissima apertura della nuova distilleria Teeling, nel cuore di Dublino: la prima distilleria cittadina a riprendere l'attività dopo oltre un secolo. Per questo motivo il Single Malt si chiama "The Revival", cioè il ritorno – o, con un termine più figurato, la rinascita.

Distillato nel 1999, e maturato esclusivamente in fusti che hanno contenuto in precedenza Rum, "The Revival" 15 anni è imbottigliato a 46 gradi, senza aver subito filtrazione a freddo. Disponibilità limitata a sole 10mila bottiglie destinate al mercato irlandese, ai principali paesi europei e all'Australia.



## CINZIA, LADY AMARENA

La barlady lombarda Cinzia Ferro trionfa al concorso voluto da Fabbri 1905 per festeggiare il centenario dell'Amarena con un cocktail dal romanticismo rétro.

«L'ispirazione? La storia d'amore dei miei bisnonni». Per partecipare al

concorso tutte le barlady italiane iscritte a Lady Amarena hanno dovuto presentare la ricetta di un drink che avesse, fra gli ingredienti, anche Amarena Fabbri. Non è un caso che

Cinzia Ferro abbia presentato un side particolarissimo per il suo cocktail vincente: una collana e un paio di orecchini di vere Amarene Fabbri. Due i premi per la neo-eletta: un prezioso shaker parisienne bilaminato in argento, cesellato con disegni eseguiti a mano libera, e il ruolo di Fabbri Brand Ambassador per tutto il 2016.



## UN CAFFÈ DA MAESTRI

Vibiemme – azienda specializzata nella produzione di macchine da caffè espresso ad uso professionale e domestico – ha presentato Technique: un'inedita gamma di macchine da caffè espresso progettata partendo proprio dal suo "elemento" fondamentale: il barista. Una ricercata "miscela" di tecnologia e design fondata sul controllo assoluto della temperatura di erogazione, fattore imprescindibile per un'estrazione perfetta del caffè. Due i modelli di macchina, volti a soddisfare sia i baristi perfezionisti che coloro che amano sperimentare: Impression One e Multi Impression.





## ESSERE LOUIS XIII

La maison francese ha ingaggiato l'attore John Malkovich per la nuova campagna promozionale di Louis XIII. La campagna è basata sul concetto di un film che si vedrà tra 100 anni e la cui sceneggiatura è sviluppata dallo stesso Malkovich che nel film recita insieme a Shuya Chang. «Luigi XIII è un vero e proprio testamento all'importanza del tempo e abbiamo cercato di creare un pezzo d'arte che esplorasse il rapporto dinamico tra passato, presente e futuro», ha dichiarato Ludovic du Plessis, global executive manager per Louis Cognac XIII. «Quattro generazioni di cellar master di Louis XIII avranno la mission di creare un capolavoro che non potranno mai assaporare. Siamo entusiasti che un attore e regista di talento abbia accettato di unirsi a noi in questo sforzo artistico».



## LUXURY GIN

Lanciato da Selfridges a un prezzo di £2.000, Watenshi Gin, prodotto da Cambridge Distillery, viene prodotto recuperando l'evaporazione conosciuta come angel's share. Così dichiara il produttore secondo cui il proprio master distiller, William Lowe, impiega 50 distillazioni e una "tecnica particolare" per ottenere una sola bottiglia di Watenshi che in giapponese significa angel's share. Il processo avviene in particolari condizioni ambientali descritte come la metà della pressione atmosferica che si trova sul monte Everest e a una temperatura ambientale inferiore alla giornata più fredda del Polo Sud. Nel botanical rientrano vegetali giapponesi come la buccia di yuzu, le foglie di shiso, pepe sansho, semi di sesamo e cetriolo, e ginepro.



## WINE&WEDDING

Da Borgo Scopeto alla Tenuta delle Ripalte, in Toscana, dal Castello di Semivicoli in Abruzzo a Borgo Egnazia in Puglia e fino al monastero Santa Rosa sulla costiera amalfitana, solo alcune delle più suggestive *wedding location* italiane. Scelte per assecondare la crescente richiesta di coniugare amore e vino. Perché sempre più fidanzati ("il vino prepara i cuori e li rende più pronti alla passione" scriveva Ovidio) decidono di coronare il sogno d'amore in vigneti, cantine e resort immersi in aziende vitivinicole. È Wine&wedding Italy, l'agenzia che ha appena aggiunto una sezione dedicata alle cantine d'autore, tra le altre, le Cantine Florio nel meraviglioso giardino mediterraneo della Sicilia.





# FASTI “ROYAL”/1

Recentemente restituito al suo antico splendore, il Cafè Royal fu per decenni punto d’incontro di scrittori e artisti

DI LUCA RAPETTI

**L**ondra, una delle più importanti città del mondo, è meta ogni anno di milioni di visitatori. L’importanza storica di questa città, che rappresenta un esempio vivente di cosmopolitismo, ha fatto sì che negli ultimi due secoli il settore dell’ospitalità acquistasse sempre più importanza e volume: non a caso si possono trovare alcuni tra i più prestigiosi hotel del mondo.

Nel 1863 fu inaugurata la prima tratta

metropolitana di treni sotterranei al mondo, mettendo in comunicazione le stazioni di Baker Street e Paddington, e la storia che segue inizia proprio in quell’anno.

Oggi il Café Royal rappresenta uno dei più importanti e prestigiosi hotel della capitale britannica. È stato restituito al pubblico nel dicembre 2011 dopo un intenso lavoro di ristrutturazione degli originali ambienti risalenti al periodo compreso tra il 1860 e il 1920. Un’accurata progettazione e riorga-



**RICORDI**  
 ALCUNE  
 IMMAGINI DEL  
 CAFÉ ROYAL.  
 SOPRA UNA  
 FOTO DEL  
 1953.

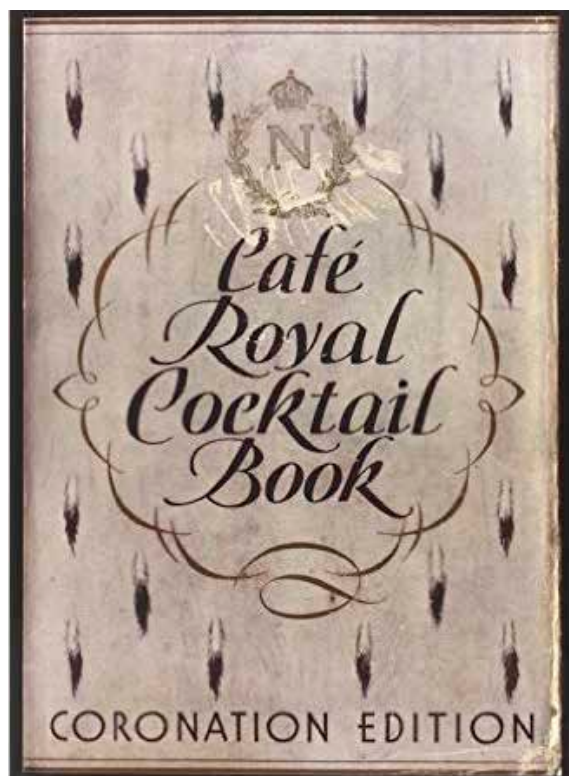


nizzazione del palazzo ha permesso inoltre di creare ben 160 camere, 49 delle quali destinate a suite e 5 progettate per offrire il massimo del comfort e del servizio.

Situato nella parte terminale di Regent Street, una delle più importanti vie londinesi e sede di alcune tra le più prestigiose boutique, l'hotel si affaccia su Piccadilly

Circus e, proprio come il diamante incastonato in un prezioso anello, è delimitato ad ovest dal quartiere di Mayfair, dove troviamo altri "tempi dell'ospitalità" come Connaught, Claridge's, Brown's, e a est dal quartiere di Soho, celebre per i suoi cocktail bar e ristoranti.

Il Green Bar, main bar dell'hotel, offre



**GREEN BAR**  
 IN ALTO, IL  
 MAIN BAR DEL  
 CAFÉ ROYAL.  
 QUI SOPRA  
 UNA FOTO  
 STORICA  
 DELL'INGRESSO  
 E, A DESTRA, IL  
 PREZIOSO  
 COCKTAIL  
 BOOK.

un menù che, forte dell'eredità storica del Café Royal e dell'omonimo cocktail book di J.W.Tarling, ripropone alcuni drink del passato e del presente. Una delle proposte principali, richiamata anche dal color verde acceso che circonda il bar, è la selezione di Assenzio, che rievoca le atmosfere barocche dei caffè francesi dell'800. Atmosfera che ritroviamo anche nell'Oscar Wilde Bar, che, riportato al suo antico splendore, porta avanti il ritual dell'afternoon tea e propone anche una selezione di Champagne,

cocktail e un light menù.

Tutto iniziò nel 1863, quando Daniel Nicholas Thévenon, commerciante di vini francese, lasciò Parigi alla volta dell'Inghilterra insieme a sua moglie. In verità fuggiva dai debiti economici che aveva contratto in patria. Arrivato a Londra, Daniel Thévenon

**LUSO**  
L'OSCAR WILDE  
BAR E UN  
TAVOLO  
PREPARATO  
PER  
L'AFTERNOON  
TEA.



anglicizzò il suo nome in Daniel Nicols, probabilmente per far perdere ulteriormente le sue tracce. Per circa due anni si adoperò per accumulare il più possibile una somma economica che gli permise, nel 1865, di aprire il Café Restaurant Nicols sito in Glasshouse Street.

Solo negli anni '80 del XIX secolo il nome fu convertito in Café Royal per suggerimento di suo genero, il quale riteneva che questo nome si addicesse maggiormente a un ristorante che stava ottenendo sempre

più fama e consensi.

Oggi è ancora possibile ammirare la vetrata riccamente decorata dell'ingresso, la cui parte centrale mostra una N sormontata da una corona; la lettera indica il secondo nome di Thevenon, Nicholas. La corona rappresenta il simbolo dell'impero francese, celebrato anche dai simboli reali posti nelle vetrate a destra e sinistra, la cui maestosità fu di ispirazione a Thévenon nella creazione e sviluppo del suo ristorante.

Grill Room è la scritta ancora oggi ri-

# GRILL ROOM

1865



trovabile sulla porta d'ingresso alla sala, con i caratteri dorati della data di fondazione 1865, più tardi il nome fu cambiato in Oscar Wilde Bar.

Agli inizi del 1800 il progetto elaborato dal noto architetto John Nash trasformò Regent Street, così chiamata in nome del principe reggente futuro re Giorgio IV, apportando un notevole cambiamento all'aspetto architettonico di quella zona compresa tra Oxford Circus e Piccadilly Circus. Tale

fu l'impulso generato da questa imponente opera che Cafè Royal s'ingrandì situandosi al piano terra dell'imponente palazzo che oggi ospita tutte le camere dell'hotel. Questo diede l'opportunità di ingrandire anche la wine cellar del ristorante. Thevenon contattò il cugino Eu-

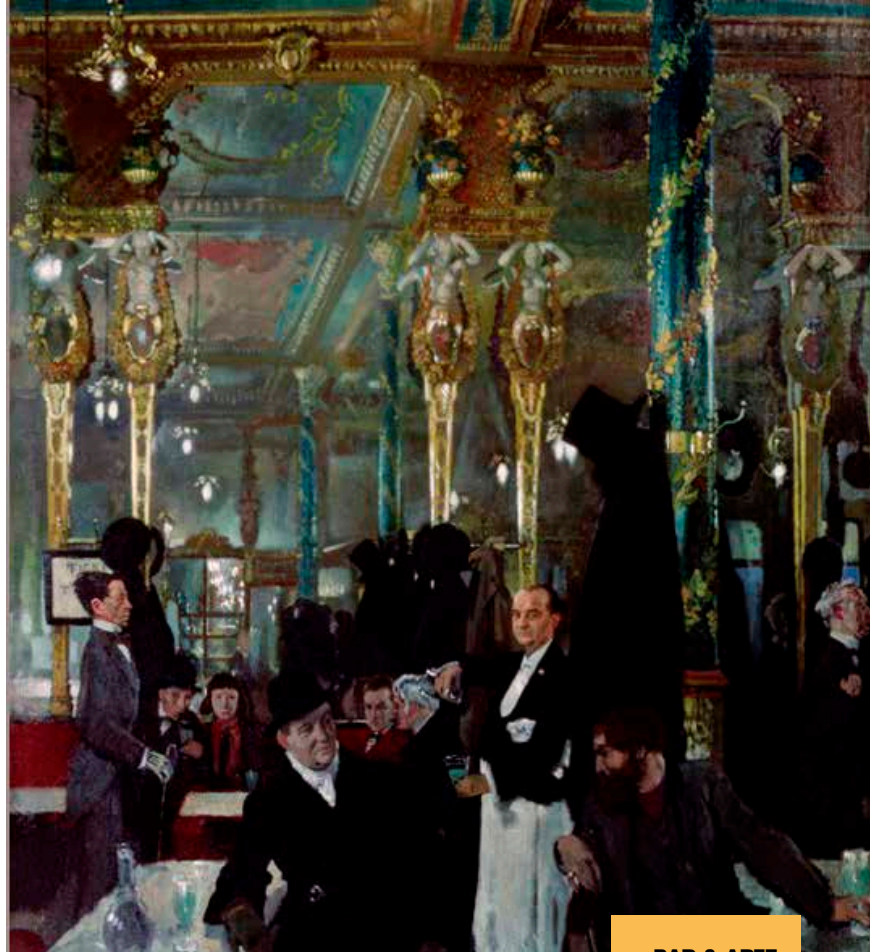
gene Delacoste, noto intenditore di vini in Borgogna, per occuparsi della selezione di vini. La fama della cantina del Cafè Royal crebbe a tal punto che che Frank Harris, autorità mondiale di vini del tempo, descrisse così il ristorante nelle sue memorie *My Life and Loves*: «Anche nel 1884-85 il Cafè Royal aveva la migliore wine cellar del mondo. Quindici anni dopo aveva la più grande mai vista sulla terra».

Thevenon morì nel 1897, lasciando le redini dell'attività alla moglie Celestine, ma ebbe comunque il tempo di vedere trasformare il suo modesto café in un vero e proprio ristorante, punto d'incontro di alcuni tra i più celebri personaggi e menti dell'epoca. Primo fra tutti Oscar Wilde, al quale fu poi dedicata la sala del ristorante, e poi Aubrey Beardsley, H. G. Wells, Conan Doyle, George Bernard Shaw, Rudyard Kipling, W.B. Yeats, Walter Sickert, tutti "padroni di casa" che scelsero il Cafè Royal come salotto di pensiero poi rappresentato nel famoso dipinto "Grill Room" di Sir William Orpen del 1912.

Seguendo una linea temporale fino agli ultimi decenni del XX secolo, non si possono non notare gli avvenimenti che ebbero nel Cafè Royal il loro palco di scena. Dalla fondazione dello Ski Club of Britain nel 1903, la creazione della sede del National Sporting Club presso il Cafè Royal nel 1951, tra i cui ospiti vi era anche Muhammad Ali, sino ad arrivare al 1973, quando David Bowie ospitò alcune tra le più illustri rockstar, quali Mick Jagger e Lou Reed, doppiando con loro la canzone "Last Supper" per celebrare il ritiro dalla scena musicale del personaggio Ziggy Stardust, alter-ego creato dallo stesso Bowie.

Come si può evincere, il Cafè Royal è stato nel corso dell'ultimo secolo un vero e proprio laboratorio creativo e di pensiero. Le sue atmosfere di stampo boemo, i

*Da Oscar Wilde a Conan Doyle, alcuni degli ospiti che scelsero il Cafè Royal come salotto di pensiero*



**BAR & ARTE**  
 QUI SOPRA IL  
 DIPINTO "GRILL  
 ROOM" DI SIR  
 WILLIAM  
 ORPEN DEL  
 1912 CHE  
 RAFFIGURA  
 L'INTERNO DEL  
 CAFÉ ROYAL.  
 A SINISTRA UN  
 RITRATTO DI  
 J.W.TARLING.

suoi avvenimenti mondani, le celebrità che qui si riunivano per celebrare una città che stava vivendo un boom economico, furono anche il teatro di scena per un uomo che, dell'accoglienza e dell'arte del bere miscelato, fece la sua missione.

Café Royal richiama nella mente di coloro che amano tracciare l'evoluzione storica del bartending uno dei più importanti libri di cocktail, pubblicato nel 1937. William J. Tarling, chiamato "Billy", Head Bartender dell'American Bar del Café Royal fu l'ideatore del Café Royal Cocktail Book Coronation Edition, così chiamato perché l'anno della sua pubblicazione coincideva con l'incoronazione di Re Giorgio VI e della Regina Elisabetta I, genitori dell'attuale Regina d'Inghilterra. Essendo stato pubblicato solo in una edizione, il Café Royal Cocktail Book è uno dei più desiderati e quasi introvabili oggetti da collezione. Ciò che lo rende una delle pietre miliari del bartending è senza dubbio il fine per il quale fu scritto; far conoscere il più possibile l'associazione dei bartenders britannici, United King-

### ZAZA COCKTAIL—No. 1

1 pony Dubonnet  
 1 pony Dry Gin  
 Shake well  
 Strain into Cocktail Glass

### ZAZA COCKTAIL—No. 2

1 pony Dubonnet  
 1 pony Sherry  
 Shake well  
 Strain into Cocktail Glass

dom Bartenders Guild, e raccogliere inoltre fondi per sostenere il UKBG Sickness Fund e il Café Royal Sporting Club.

Sebbene questo sia il primo esempio, per il bartending dell'epoca, di un libro pubblicato per questo fine, esso è soprattutto importante per altri aspetti di carattere tecnico, che mai prima di allora erano stati trattati.

**Luca Rapetti**

*Fine 1ª parte - Continua*

# BITTER AL TOP

## La qualità che il mondo ci invidia

DI FABIO BACCHI E DARIO D'AVINO

**L**a produzione degli amari è un patrimonio tutto italiano che fa invidia. Gli amari rappresentano ed esprimono cultura e tradizione di ogni piccolo lembo italico che si identifica in prodotti spesso diffusi solo

localmente, ma che sintetizzano al massimo il concetto di terroir. Una grande famiglia nella quale convivono alcuni giganti come Fernet, ambasciatore degli amari italiani nel mondo, che strizzano l'occhio ai loro cugini più piccoli spesso rappresentanti di una singola città.

Paradossalmente si potrebbe affermare che non vi è concorrenza tra gli amari. Così tutti diversi tra loro e orgogliosamente fieri di una identità unica e sola, sempre preziosa, concorrono tutti insieme al bellissimo momento che il bartending italiano sta vivendo nel mondo. Sono versatili, racchiudono uno dei 4 sapori primari, l'unico che si evolve nel tempo e che bilancia la dolcezza per dare un armonico equilibrio ai drink.

Il risultato di equilibrio dolce amaro che si ottiene con il Fernet nell'Hanky Panky rappresenta una delle massime espressioni ed esempi di miscelazione perfetta. Gli amari italiani sono tanti e vari, seriosi e sbarazzini, così come le tante espressioni dell'Italia. Solo in Italia si poteva avere una tale espressione di ricche differenze.

Abbiamo scelto alcuni tra quelli meno noti che apprezziamo particolarmente, insieme agli immancabili, a uno straniero di grande qualità e a un liquore di erbe che ci ha conquistati.





## AMARO DI MOSCOVIA

Questo amaro è prodotto in piccolissime quantità dalla Farmacia Gambarova di Biella, già presente nel registro delle imprese storiche, che utilizza un'antichissima ricetta. La farmacia era già in attività nella prima metà del 1700 ma fu Emilio Gambarova, alla sua guida dal 1883, che le diede slancio commerciale con la elaborazione di alcuni prodotti poi brevettati. Tra questi l'Amaro di Moscovia. Questo tonico stimolante ha una particolare nota amara sulla quale si eleva una importante sfumatura fresca data dalla presenza dei semi di finocchio nella ricetta. L'equilibrio del prodotto si riscontra anche nella nota dolce che ammorbidisce la struttura del prodotto. Tra i componenti della ricetta troviamo anche vaniglia, anice stellato, china succirubra e rabarbaro. Quest'ultimo botanico, della qualità detta di Moscovia. E' originario della Cina ma storicamente commercializzato nelle steppe caucasiche da dove è arrivato in Europa, ha un odore estremamente distintivo e un sapore astringente. E' uno dei rabarbari migliori e appartiene alla specie *Rheum undulatum*. 35° abv.



## AMARO NARDINI

È il 1779 e Bortolo Nardini fonda, a Bassano del Grappa, quella che è riconosciuta come la più antica distilleria italiana in attività. E' l'inizio di una storia di tradizione con uno sguardo costante all'innovazione. In tutto il corso della loro storia, in Nardini non hanno mai smesso di migliorare i loro processi produttivi: a metà dell'ottocento tra i primi a sostituire la distillazione tradizionale a fuoco diretto con quella a vapore, modernizzazione seguita qualche anno dopo dall'introduzione della tecnica "a doppia rettifica" in grado di garantire maggior pregio ai propri distillati.

Altra geniale intuizione fu quella che vide la Nardini, nel secondo dopoguerra, introdurre l'invecchiamento della Grappa, scelta rivelatasi vincente e che inaugura un uso, da molti replicato, ancora oggi in gran voga. In questo quadro di attenzione e di eccellenza produttiva non poteva mancare, nella gamma offerta al pubblico, il prodotto "principe" della liquoristica italiana: un amaro. E così, negli anni '50 nacque l'Amaro Nardini, frutto



di una ricetta che fa dell'essenzialità il suo punto di forza. Con l'uso di pochi e selezionatissimi elementi botanici, l'Amaro Nardini riesce ad ottenere un ottimo bilanciamento tra le componenti aromatiche: sentori di liquirizia, ricavati dalla radice di genziana con la sua caratteristica nota amara, vengono accompagnati dalla freschezza della arancia amara, della menta piperita ed equilibrati dalla piacevole rotondità dello zucchero tostato.

La ricchezza delle Distillerie Nardini, nel comparto amari, è confermata anche dalla produzione di un Fernet, una Elixir China e un Rabarbaro 31% vol.



## AMARO SIBILLA

Dall'intuizione del noto erborista Girolamo Varnelli, nel 1868, nasce lo storico Amaro Sibilla, inizialmente conosciuto e diffuso come "rimedio" che accompagnava i pastori impegnati nella transumanza sui Monti Sibillini. Ed è proprio da questi monti, che provengono gli ingredienti utilizzati nella produzione dell'Amaro Sibilla: Genziana Gialla, Genzianella Dinarica, China Calyssaia, corteccia d'arancio, cannella.

Con una preparazione dal rituale antico e quasi alchemico, le erbe, le radici e le cortecce vengono poste in decozione in caldaie di rame battuto a mano e alimentate esclusivamente da fuoco di legna; la miscela ottenuta viene dolcificata con miele millefiori, di provenienza rigidamente locale, messa a decantare per lungo tempo in tini e filtrato a tela, affinché risulti ben limpido, prima di essere imbottigliato. Al palato risulta subito evidente il miele, che lascia gradualmente il posto ad una nota amara e tannica piuttosto persistente che risulta comunque non invasiva e che non copre aromi delicati di frutta secca, vaniglia e caffè. Una curiosità; l'etichetta si fregia di un capolavoro del maestro Adolfo De Carolis che rielaborò la figura della Sibilla Appenninica appositamente per Varnelli.

L'impatto gustativo è inizialmente abbozzato, che si tramuta in un'intensa e persistente sensazione amara e tannica che si protrae per parecchi secondi, attenuata da un finale morbido di caffè e vaniglia. 34° abv. Varnelli produce anche l'Amaro dell'Erborista.

## BRAULIO

Ancora oggi prodotto esclusivamente con le piante, le radici, i frutti e le erbe raccolte in Valtellina, l'Amaro Braulio porta con se il racconto di una terra e di una popolazione, che si rispecchia perfettamente nel suo sapore bilanciato, mai troppo amaro, ma dal carattere deciso e rude. Bormio, Via Roma, 1875, una farmacia, la sapienza e la conoscenza erboristica di Francesco Peloni, è così che nasce l'Amaro Braulio. Da subito la ricetta divenne un segreto di famiglia, da tramandare da padre in figlio, da Francesco al figlio Attilio e così fino ai giorni nostri, le uniche informazioni trapelate nel corso degli anni riguardano la presenza della achillea moscata, delle bacche di ginepro, dell'assenzio e della radice di genziana. Peculiare anche il metodo di produzione dell'Amaro Braulio che prevede una pestatura delle botaniche prima dell'infusione a freddo della durata di 30 giorni, in alcol a circa 50 gradi. Terminato il periodo di macerazione e portato alla sua gradazione alcolica finale di 21 gradi l'amaro inizia un periodo di affinamento in botte di rovere di Slavonia della durata di 24 mesi che ne esalterà le peculiarità organolettiche che lo rendono tanto apprezzato.



## CHINA CLEMENTI

La storia della China Clementi non può non partire dai luoghi della sua nascita; Fivizzano, ridente comune toscano in provincia di Massa e Carrara situato in un lembo di terra, la Lunigiana, che si fa strada tra la Liguria e l'Emilia, e che recentemente è stata riconosciuta come Parco Nazionale. E' in questo scenario paesaggisticamente incantevole, che nel 1884 il dottor Giuseppe Clementi perfeziona, nella sua farmacia, una ricetta che sposa le caratteristiche di ben due differenti tipi di China, la Cinchona Calisaya e la Succirubra, con una serie di erbe aromatiche ed officinali tipiche del territorio, creando un elixir che da allora non è più cambiato. Nel corso della storia la farmacia per ben due volte è stata totalmente distrutta, in occasione del terremoto del settembre 1920 e nel 1944 durante la seconda guerra mondiale. Ma nemmeno questo è riuscito ad interrompere o fare mutare la produzione della China Clementi. Va ricordato come le lavorazioni e le preparazioni, tuttora eseguite artigianal-



mente, per ottenere l'elixir siano tutt'altro che semplici e vedano l'impiego di processi di infusione e percolazione, tutti eseguiti a freddo, che impiegano dai 2 ai 5 mesi a seconda delle singole spezie. Le infusioni così ottenute vengono miscelate tra loro, e zuccherate prima di essere poste a riposo in tini d'acciaio per un periodo di circa 12 mesi al fine di stabilizzare le potenti note aromatiche. Il risultato finale è un prodotto dalla notevole complessità olfattiva, con un grado alcolico sostenuto, che al palato, dopo un iniziale e breve nota dolce, lascia il posto a tutto il vigore della china che sprigiona tutto il suo potere amaricante lasciando però spazio anche ad un gradevole sentore di spezie e di arancia amara. Una curiosità: la China Clementi piaceva moltissimo al famoso giornalista Indro Montanelli che una volta ebbe a definirla "Un ricordo delizioso... un tuffo nelle cose buone e vere della mia infanzia". 33°abv



## ELISIR DI CHINA OFFICINA PROFUMO FARMACEUTICA SANTA MARIA NOVELLA

La storia di prodotti eccellenti affonda quasi sempre le radici nella tradizione e l'Elisir di China, probabilmente, può vantare una delle più antiche. Si può datare l'inizio del racconto di questa eccellenza toscana allorché i frati Domenicani, nel 1221 fondarono il loro convento a Firenze e si dedicarono alla coltivazione di erbe medicinali ed alla preparazione di medicamenti balsami e rimedi.

Fu però solo nel 1621, quando il Granduca di Toscana Ferdinando II de' Medici ne volle l'apertura al pubblico con il nome di "Fonderia di Sua Altezza Reale" che i prodotti della Officina furono regolarmente commercializzati. E qualche anno dopo giunse l'Elisir di China: la ricetta sembra sia stata messa a punto da Fra' Giovanni Domenico Cavalieri, direttore della farmacia del convento dal 1659 al 1684, che ne tramandò la formula, in uso ancora oggi all'Officina. Il liquore infuso di china calissaia risulta, nel complesso ben bilanciato, con un gradevole equilibrio tra il dolce iniziale e la nota caratteristicamente amara della china; sentori di spezie, liquirizia ed un leggero sentore agrumato nel finale di un Elisir con il sapore della storia. 38° abv



## FERNET BRANCA

Uno dei più performanti ambasciatori del made in Italy nel mondo, presente in ogni bar del globo, la sua fama lo precede ovunque. È il 1845 quando Bernardino Branca, di professione speziale, si trasferisce da Pallanza, sul lago Maggiore, a Milano, aprendo la sua attività liquoristica con il nome di Fratelli Branca.

Contemporaneamente al trasferimento, Branca elaborò la ricetta di un rimedio liquoristico particolarmente adatto a lenire i disturbi dell'apparato digerente. Il prodotto si affermò presto in una Milano tormentata in quegli anni da una serie di malattie endemiche che provavano la popolazione.

Quella ricetta curativa, conosciuta solo dalla famiglia Branca, prenderà da subito il nome di Fernet Branca e verrà venduta per quasi un secolo nelle farmacie di tutto il mondo, prescritto dai medici per la cura ed il trattamento finanche della febbre malarica e del colera.

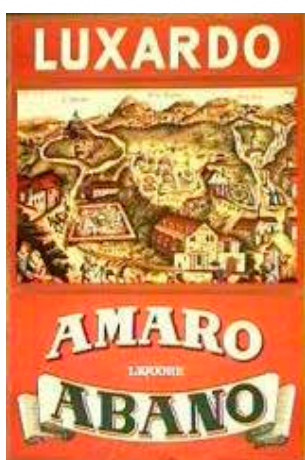
Sarà solo dopo la seconda guerra mondiale che il Fernet uscirà dall'ambito farmaceutico per affermarsi anche come dopo pasto o come aperitivo.

Prodotto con l'uso di 27 tra spezie, fiori, radici, piante ed erbe, se ne conoscono solo alcune tra cui vale la pena citare: la mirra, con le sue proprietà balsamiche e dermopurificanti, il tiglio, conosciuto come "l'aspirina vegetale" ottimo decongestionante, la galanga dell'India o dallo Sri Lanka, dal forte potere stomatico, la camomilla europea e argentina, rilassante ed antinfiammatoria, la cannella, potente antibatterico, lo zafferano con la sua azione antiossidante, il rabarbaro cinese, l'ireos espettorante ed antisettico e l'arancia amara, antisettico, antispasmodico e digestivo, l'aloè dal Sud Africa, la genziana francese.

Gli ingredienti vengono lavorati, in vari modi differenti, al fine di preservarne le proprietà e le essenze; infusione, decozione estrazione sono tutte tecniche che vengono utilizzate separatamente ed il cui risultato, viene messo a riposo in botti di rovere per un periodo di 12 mesi.

In degustazione il primo impatto sarà quello con le potenti note amaricanti della genziana, del colombo e dell'aloè che si accompagnano a sentori speziati di zedoaria e camomilla, che lasceranno gradualmente il palato alla scoperta di un retrogusto aromatico, vegetale e resinoso del tiglio e della mirra. 39°abv. Insieme al suo gemello alla menta, Brancamenta, forma una coppia perfetta.





## LIQVORE SANT'ANTONIO

Prodotto dalla storica azienda Luxardo il Liqueure San Antonio è storicamente legato alla città di Padova ed al suo Santo Patrono, da cui questo liquore prende il nome. Sembra che la sua ricetta originale affondi le proprie origini proprio nella tradizionale produzione monastica in uso nei conventi francescani. Più che a un amaro classico questo prodotto è paragonabile ai suoi cugini a base di erbe d'Oltralpe, ma la sua particolarità ci ha colpito.

Il Liqueure Sant'Antonio vede nella sua preparazione l'impiego di numerose erbe e radici stomatiche e officinali come l'achillea moscata, il macis, la galanga, la cannella, i chiodi di garofano ed il calamo aromatico.

Dal caratteristico colore verde scuro, all'olfatto colpisce il forte sentore erbaceo mentre al palato si percepisce una immediata nota speziata, al limite del piccante, molto intensa e persistente con un retrogusto decisamente resinoso e aromatico.

A sottolineare ancora una volta il legame del Liqueure Sant'Antonio con la città di Padova ci pensa la bella etichetta che raffigura la Pontificia Basilica di Sant'Antonio di Padova. 40° abv. Luxardo produce anche Amaro Abano.



## NONINO QUINTESSENTIA

La storia del legame tra la famiglia Nonino e la produzione di amari inizia nel 1933 quando Antonio Nonino, figlio di Orazio fondatore della omonima azienda, perfeziona la ricetta di un caratteristico amaro, per ottenere il quale pose in infusione nella Grappa da lui prodotta alcune tra le più rinomate erbe raccolte sulle Alpi Carniche. Diede vita così a quello che poi sarebbe stato conosciuto da tutti come Amaro Carnia ribattezzato in seguito Amaro del Friuli.

La commercializzazione andò avanti fino agli anni '70, quando la crisi dei consumi nel comparto dei liquori amari costrinse la famiglia Nonino, pur con profondo dispiacere, a ritirarlo dal mercato.

Ma la voglia e la volontà di ritornare sul mercato con un amaro di alta qualità restò forte e così quando nel 1984 Giannola e Benito Nonino crearono ÙE, la prima



acquavite d'uva da monovitigno prodotta distillando in un'unica operazione la buccia, la polpa e il succo dell'uva, una idea ed un progetto iniziarono a prendere forma. Passeranno ancora alcuni anni ma finalmente, nel 1992, vide la luce l'Amaro Nonino Quintessentia, frutto della fusione della tradizionale ricetta liquoristica di Antonio Nonino con la sorprendente Acquavite d'uva UE invecchiata in barriques di Limousin, Nevers ed ex-Sherry.

Con i suoi evidentissimi sentori di erbe di montagna, l'Amaro Nonino Quintessentia risulta un prodotto assolutamente non banale, in cui i sapori amari e speziati risultano perfettamente bilanciati e vanno ad enfatizzare ed accentuare i caratteristici aromi dell'acquavite. Un amaro di lusso, importante, impreziosito da un packaging di alta classe. 35% vol

## **PADRE PEPPE**

Nel cuore delle colline dell'alta Murgia pugliese, più precisamente nella città di Altamura si produce un elisir a base di mali di noce, erbe e spezie. La storia vuole che, alla fine del '700, un frate, Padre Giuseppe Ronchi, ispirato dal noceto situato all'interno del monastero dei cappuccini di Altamura, elaborò la ricetta di questo complesso liquore.

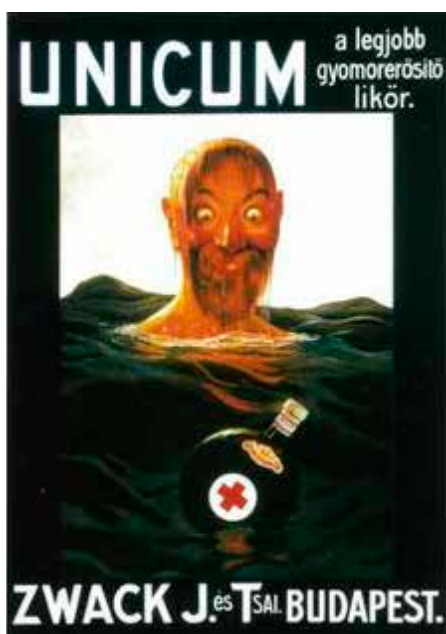
Fu nel 1832 però, che Luigi Striccoli iniziò a imbottigliare e produrre, seguendo fedelmente la ricetta di Frà Giuseppe, quel liquore che in segno di rispetto e devozione decise di chiamare proprio Padre Peppe.

La peculiare tecnica produttiva prevede che le noci, complete di mallo, siano frantumate e poste a macerare in alcol, insieme alle altre botaniche, in botti di rovere per un periodo di circa quattro anni, al termine dei quali l'infuso viene torchiato, filtrato e portato alla sua gradazione finale di 42 gradi.

Il risultato è un elisir di color mogano dal tenore alcolico importante, con profumi spiccati di noce, cannella e noce moscata ed un sapore deciso e persistente che esalta un ottimo bilanciamento complessivo ed una grande freschezza al palato.

Padre Peppe è prodotto anche nella versione demi sec.





## UNICUM

Tutto sembra nascere nel 1790 quando il dottor József Zwack, medico della corte imperiale, perfezionò la ricetta di un digestivo a base di erbe e spezie. Quando ebbe modo di farlo assaggiare a Giuseppe II Imperatore d'Asburgo e Re d'Ungheria la reazione fu di quelle che danno inizio ad una storia: “Dr.Zwack, das ist ein Unikum”. E da quel giorno per tutti fu Unicum. Nel 1840 József Zwack fondò, a Budapest, l'azienda Zwack, dando vita ad una storia di imprenditoria familiare di indubbio successo ma anche da risvolti al limite del rocambolesco.

Il 22 Maggio 1883 Il liquore d'erbe, prodotto su ricetta segreta detenuta dagli Zwack, ottenne, con il nome di Unicum e nella originale bottiglia rotonda, la prima registrazione ufficiale. Passarono gli anni e dopo una serie di successi commerciali ed ingrandimenti aziendali, tra la fine degli anni '20 e i primi anni '30 gli Zwack dovettero affrontare la grande crisi economica del periodo che impose una netta contrazione delle vendite e fece da prologo a una circostanza ancora più drammatica: la seconda guerra mondiale.

Le conseguenze furono devastanti: l'Ungheria, e Budapest in particolare, furono rase al suolo e la distilleria Zwack subì la stessa sorte.

Quando nel 1948, con la fine della guerra iniziò la lenta ricostruzione, il nuovo governo ungherese decise di confiscare e nazionalizzare una serie di fabbriche di privati, tra cui la distilleria degli Zwack.

Le sorti della famiglia Zwack si susseguirono, fuori dall'Ungheria, da cui nel frattempo dovettero emigrare, con alterne fortune fino al 1992 anno in cui, a seguito della crisi dei regimi dell'est Europa, Peter Zwack riuscì a riacquistare dallo stato ungherese l'intera compagnia, ritornando a produrre l'antica ricetta di famiglia.

Le oltre 40 erbe della ricetta originale, i cui sapori vengono estratti in alcol sia per macerazione che per distillazione, e l'affinamento in botti di rovere, contribuiscono a creare un liquore dalle forti note amaricanti e dal gusto piacevolmente aromatico. ha una gradazione importante, 42°abv, ed esiste una versione più dolce aromatizzata alla prugna.

**Fabio Bacchi e Dario D'avino**



## LE RICETTE DEGLI AMARI

### CHINA GOLD di Nicola Ruggiero Katiuscia Cocktail Bar- Bari

#### INGREDIENTI

- 1.1/4 oz La Venenosa Amarillo
- 1/2 oz Amaro Padre Peppe
- 1/2oz Marsala Florio Terra Arse
- 1/2oz succo di pompelmo giallo
- 1tsp sciroppo di camomilla
- 3 foglie di citronella

Tecnica: shaker & double strain.

Glass:coppa cocktail. Guarnizione: zest di pompelmo e foglie di citronella



### ELI XIR di Nicola Ruggiero Katiuscia Cocktail Bar- Bari

#### INGREDIENTI

- 1.1/4 oz Calvados Dupont
- 1/2 oz Amaro di Moscovia
- 1 oz succo di pompelmo rosa
- 1/2.oz sciroppo di birra lager
- 2 rametti di timo limonato

Tecnica: shaker & double strain su ghiaccio.

Glass:tumbler basso. Guarnizione : zest di pompelmo rametto di timo limonato

### BULLFIGHTER di Riccardo Semeria The Fumoir Bar - Claridge's - Londra

#### INGREDIENTI

- 30ml J. W. Black Label
- 15ml Amaro Unicum
- 15ml liquore crema di cacao scura
- 30ml spremuta di arance Sanguinello

Tecnica: shake & strain su ghiaccio.

Glass: old fashioned. Guarnizione: rondella di arancia disidratata



### PELONI SPECIALDI Riccardo Semeria The Fumoir Bar - Claridge's - Londra

#### INGREDIENTI

- 25ml Amaro Braulio
- 25ml Pernod Absinth
- 15ml succo di limone
- 80ml acqua naturale ghiacciata
- 4 fettine di finocchio fresco

Metodo: build in glass con ghiaccio. Glass: old fashioned. Guarnizione: ciuffetto di finocchio

### GRAPE'S CLUB di Luca Rapetti The Library Bar at The Lanesborough Hotel London

#### INGREDIENTI

- 45 ml Kirsch
- 20 ml Amaro Nonino Quintessentia
- 15 ml succo di limone
- 1 barspoon apple chutney

Metodo: shaker. Glass: vintage

coupette con ice chunk. Guarnizione: mela verde caramellata



### BLACKBIRD di Daniel Oliver Warren The Strait and Narrow - Lincoln - UK

#### INGREDIENTI

- 20ml Fernet Branca
- 30ml Gran Lusso Vermouth
- 2 dash Peychauds bitters
- top di soda water

Metodo: build & stir su ice chunk.

Glass: rock glass. Guarnizione: orange zest

NB: ispirazione dall'Americano cocktail.



## LE RICETTE DEGLI AMARI

### SMOCKY SOUR di Luca Angeli Atrium Bar - Four Season - Firenze

#### INGREDIENTI

- 4cl China Clementi
- 1,0cl succo di limone
- 3,0 cl Lapsang Souchon tea
- 1,0cl sciroppo di zucchero

Metodo: shaker. Glass: cocktail glass. Guarnizione: amarena



### MAVERICK di Luca Angeli Atrium Bar - Four Season - Firenze

#### INGREDIENTI

- 4,0cl China Santa Maria Novella
- 1,0cl maple syrup
- 2,0cl succo di arancia

Metodo: shaker. Glass: cocktail glass. Guarnizione: spolverata di cannella e arancia disidratata.

### BITTER IS BETTER di Mirko Turconi MAG - Milano

#### INGREDIENTI

- 40 ml. Amaro Nardini
- 30 ml. Elixir China Nardini
- 15 ml. Cynar
- 10 ml. succo di limone
- 10 ml. sciroppo di yerba mate\*

metodo: shake & strain. Glass:

versato in un tumbler basso su ghiaccio nuovo. Guarnizione: twist di limone

\*Fare un infuso con yerba mate, filtrare e creare uno sciroppo 3:2



### L'ANTRO DELLA SIBILLA di Andrea Melfa Lo Straccale - L'Aquila

#### INGREDIENTI

- 20ml Creme de Cassis de Dijon Briottet
- 30ml Bulleit Bourbob Whiskey
- 10ml Aurum
- 20 ml Amaro Sibilla
- 1 dash Old Fashio bitter Fee Brothers

Metodo: stir & strain. Glass: coppa Asti. Guarnizione: stecca di cassia e gheriglio di noce pecan ricoperto di cioccolato.



### SANT'ANTONIO SOUR di Michele Cognetti Le Bleu - Lille (F)

#### INGREDIENTI

- 4 cl Liquore Santa'Antonio
- 1cl succo di limone e pompelmo
- 1cl sciroppo di zucchero alla rosa

Metodo: shaker. Glass: coupette.

Guarnizione: lime disidratato e petali di rosa.



# 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.*



Bevi responsabilmente.

alpestre.it Distribuito da: OnestiGroup S.p.A.



**BarTales**  
www.bartales.it

*vi invitano a partecipare  
agli educational*

## "I LIQUORI DEL SILENZIO. ALPESTRE E GLI ELIXIR MONASTICI"

**19 Ottobre**  
Algorazein Lounge Bar  
SELINUNTE (TP)

**21 Ottobre**  
Bartender's  
NAPOLI

**28 Ottobre**  
Villa Mussolini  
RICCIONE

**9 Novembre**  
Castello Carlo V  
MONOPOLI (BA)

**30 Novembre**  
Flairtender  
PADOVA

# CLASSICO BOLLENTE

## La singolare fortuna dell'irlandese partito da San Francisco

DI **GIANNI ZOTTOLA**

**C**osa rende un cocktail così popolare da essere presente da decenni sulle drink list di tutto il mondo? Nella maggior parte la semplicità della ricetta che implica la facile riproduzione. La semplicità va sempre oltre le mode, le influenze sociali e il marketing aziendale: la semplicità diventa consuetudine e diventa tradizione. Diventa struttura, la stessa struttura che ha poi permesso ai bartender di tutto il mondo da far evolvere ciò che ormai è definito "classico".

Non è il caso dell'Irish Coffee. Un cocktail tutt'altro che semplice, in cui è necessaria una particolare attenzione nella scelta degli ingredienti e nella loro singola lavorazione, nella loro scrupolosa combinazione fino alla precisione estetica del servizio finale al cliente. Mai di moda, ma sempre presente, è probabilmente uno dei primi scogli che affronta un giovane bartender.

È stato il caso che ha permesso la dif-



fusione di questo drink dall'Irlanda agli Stati Uniti, precisamente a San Francisco, e da lì in tutto il mondo. Joe Sheridan (nelle foto sopra), il creatore dell'Irish Coffee,



in realtà era stato assunto come chef di cucina da Brendon O'Regan nel suo ristorante presso il terminal dell'aeroporto di Foynes, in Irlanda. Joe era nativo di Castlederg e una notte del 1943 un aereo partì da Foynes con direzione Botwood, nel New Foundland. Dopo poche ore di volo le avverse condizioni atmosferiche costrinsero il comandante a tornare indietro e atterrare. I passeggeri stremati chiesero di rifocillarsi e fu chiesto a Joe Sheridan di preparare qualcosa di caldo. L'Irish Coffee nacque così, per una improvvisa e fortuita circostanza. Quando Brendon O'Regan vide il suggestivo drink esclamò «Genius Chef!».

Nell'ottobre del 1945 l'aeroporto di Foynes chiuse e tutto il personale fu destinato all'aeroporto di Shannon dove Joe continuò a preparare Irish Coffee. Era il 1950 quando un giornalista di San Francisco, Stanton Delaplane, in transito nell'aeroporto, cercò conforto dal terribile freddo di quella giornata autunnale in un bar dove per la prima volta gli venne servito un drink mai provato e conosciuto prima. Il barista che preparò il drink, Joe Sheridan, incuriosì il giornalista che chiese notizie sulla preparazione di quel drink alquanto singolare. «Dovevamo inventare il bicchiere della staffa per delle povere anime», così esordì Joe riferendosi a tutti quei passeggeri che quel giorno sbarcarono infreddoliti, tremanti e provati a Foy-

## Stan Delaplane's

### POSTCARD



#### ... The Black and White of It

"A chef by name of Joe Sheridan invented Gaelic coffee," said the man at Shannon airport.

"'Twas in the old days the flying boats were landing at Foynes. About '38 I should say. The passengers would come in by launch, shivering and shaking fit to die with cold and all.

"Surely," said Joe Sheridan, 'we must invent a stirrup cup for the poor souls, and them not able to put their shivering hands in their pockets for a shilling to pay unless we warm them.

"What is more warming,' said Joe Sheridan, than Irish whisky, smooth as a maiden's kiss. To take the chill from their poor shaking hands,' said Joe, 'we will fill the glass with coffee, black as Cromwell's heart. We will top it off with a floating inch of Irish cream."

"We have been serving Gaelic coffee since," said the Shannon airport man.

"And where is Joe Sheridan now?" I said.

"Ah," said the Shannon man, "Joe Sheridan went to Chicago to make his fortune. The last I've heard, he was chef at the Chicago airport."

I asked him if he knew that Chicago's airport was dry. A technicality of state law since the school system owns the property.

"Poor Joe," sighed the airport man. "A cruel thing it is to go to America to become rich."

\* \* \*

We flew out of London airport at 11 o'clock at night. A TWA sleeper flight from Frankfurt non-stop to New York. But the best laid plans of airlines do not always work out. There was a minor repair to be made on a fuel pump. And we landed at Shannon.

As usual, there was a light sprinkle of rain where the Shannon flows between the green hills to the sea. But the airport is still the coziest in the world. With a comfortable lounge and the map of Ireland under glass at each table.

The airport shop and the airport bar have been enlarged. Because it is a free port, there is a tremendous sale of cigarettes and liquor. The shop boxes your five-bottle allowance (by U.S. Customs rules), and delivers it when you board the plane.

John Powens Irish goes for \$1.25 a bottle. Cigarettes the same by the carton. There are also some very good buys in French perfumes and Donegal tweeds.

\* \* \*

Shannon lies on the edge of Ireland near the little town of Ennis. "The English burned the Abbey twice and the Irish burned it the third time."

Its airport catering service is run by the O'Regan family who also own the Old Ground Hotel in Ennis. "Which they named because when the owner came back from foreign parts, people said of him: 'He's come back to the old ground'."

Not far away is ruined Bunnaty Castle, once the home of the wild O'Briens. And further along is Limerick, the "City of the Broken Treaty" where the Irish captains made a pact with the English and took ship for service in France. The "flight of the wild geese."

Air traffic is tremendous. Three KLM trans-Atlantic planes landed during the hour we were on the ground. And the airport restaurant and shop and bar stay open 24 hours a day.

Arrivals and departures come over the loudspeaker first in Gaelic. Then in various languages that may suit the travelers.

\* \* \*

I told the airport man a story. Once I landed at Shannon with a prominent Bostonian and initiated him into Gaelic coffee. Later he told me he was an ardent Prohibitionist. I was afraid to confess the foundation of Irish whisky. But he said it was the best coffee he ever had.

"More like a tonic it is," agreed the Shannon airport man. "Sad it must be for poor Joe Sheridan and him off in the far off lands. Forbidden by the law to manufacture the angelic brew he invented in those shivering days at Foynes.

"A cruel law," said the airport man, "and it would surprise me none at all it was an Englishman thought it up."

Distributed by The McNaught Syndicate, Inc.

## Stan Delaplane's

### POSTCARD



#### ... 'When Irish Eyes ...

The news that Mr. Pat Moriarty's Chophouse on Sixth Avenue in New York is serving "Irish Coffee Royal" brought Mr. Joe Sheridan to my door.

"It brought me out of hiding as you might say," said Mr. Sheridan. "Irish coffee royal indeed!"

Mr. Sheridan is the inventor of Irish or Gaelic coffee. This brew of coffee, Irish whisky and a float of thick cream has been slowly spreading across the United States.

I ran into it first at rainy Shannon Airport. It appears on all Irish menus. It spread to San Francisco, to the Hotel Sherman in Chicago, to the Mapes in Reno.

\* \* \*

"I've not the pleasure of being acquainted with Mr. Moriarty," said Mr. Sheridan. "But it's Irish coffee to be sure and not Irish coffee royal.

"Now I invented it in the old days when the flyin' boats were coming to Foynes in Ireland. They were havin' a celebration like for the new lines and they wanted a drink with a warm glow to it.

"There's some say that I put the whisky in it to take away the taste of the horrible Irish coffee. But that's not true. It was a drink I took myself every morning for my hangover. I put a little whisky in the coffee.

"I don't drink now," said Mr. Sheridan, "for it became bad for the health and I couldn't do it financially. As a matter of fact I'm a member of the A.A., a back-sliding one in a way. For sometimes I've gone for a good one and worked my way from the elegant Hotel St. Francis down to Skid Road and back again.

"I brought my friends from the St. Francis down to Skid Road," said Mr. Joe Sheridan. "But the St. Francis objected when I brought my friends from Skid Road up to the St. Francis."

\* \* \*

Mr. Joe Sheridan is a chef. He has been chef at Shannon and at Waikiki and presently at Place Pigalle in San Francisco.

"Now I've kept under cover while the Irish coffee thing was beginning in the United States," he said, "until I could see which way the wind blows.

"I'm in hopes that it will go through the hotels down to the bars. For it's better for Irish whisky that way and Ireland bein' my country, I want it all for the best."

I asked Mr. Sheridan if he had a preference in Irish whisky for the makings.

"In the old days, I used John Powers or John Jamieson's. It was served in the best hotels in Ireland and was drunk by the elite of Ireland. Now in those days, Williams of Tullamore was a small concern and was not used by the high class people. The O'Regans would never dream of it.

"But now I see Tullamore Dew has gone all out and captured the export trade in many places. For their effort I'd give them a recommendation. Not to say the others are anything but good Irish whisky too.

"I have not been too keen now on how they would handle it in New York. For there's much of the shamrock and pig sort of thing. And sometimes a bar will ask me to come around and tell some Irish lies and give the recipe. But I'm not for that as being undignified for Ireland.

"Not that I'm always a dignified man," said Mr. Sheridan. "But that was before I stopped the drink."

\* \* \*

I asked Mr. Sheridan how much sugar he put in the coffee-and-whisky.

"Two lumps, cocktail size," he said. "When I made it for myself for the hangover, I drank it black. But with all the vice presidents and the big people comin' to Foynes for the celebrations, I floated the cream on top for the taste and the looks of it."

"I called it Gaelic coffee. But here in America it would be alright to call it Irish coffee. It being an Irish drink, invented by an Irishman and served in Ireland.

"But now 'Irish coffee royal,' that I would not approve. What with the interest that seems to be comin' along and the fine hotels in America takin' it up.

"It's add to think it all came out of my hangover," said Mr. Joe Sheridan.

Distributed by The McNaught Syndicate, Inc.

nes. «A causa del freddo non erano quasi in grado di mettere le mani in tasca per cercare qualche scellino e pensammo a qualcosa che li riscaldasse», proseguì Joe Sheridan. E allora «cosa c'è di più caldo dell'Irish Whiskey, suadente come il bacio di una fanciulla? E quindi si termina con l'aggiunta di caffè, nero come il cuore di

#### POPOLARITÀ

ALCUNI ARTICOLI  
DELL'EPOCA,  
SCRITTI DA  
DEPLANE.  
Copyright © 2015  
newspapers.com

IN ALTO A  
SINISTRA IL  
BRENDAN  
O'REGAN  
RESTAURANT.



**IRISH COFFEE**

AL CENTRO LA PAGINA DEL GIORNALE LIFE DEL 29 AGOSTO 1955. NELLA PAGINA ACCANTO, IL GIORNALISTA STANTON DELAPLANE.

Cromwell, e un float di panna irlandese. Questo è il celeberrimo Irish Coffee».

Queste parole e il drink rimasero così impresse nel viaggio di Delaplane che al suo ritorno a San Francisco ne raccontò i dettagli proprio nel suo editoriale e, solo dopo poche settimane dalla pubblicazione, il 10 novembre del 1952 convinse il barman e allora proprietario del Buena Vista Bar, Jack Koepler, con l'ausilio di George Freeberg, a ripetere la ricetta.

Il Buena Vista Bar di San Francisco si poteva ormai considerare già un posto storico della città. Era stato aperto nel 1916 trasformando il primo piano di una pensione in saloon. Il risultato ha dell'incredibile e dell'inimmaginabile. Il Buena Vista Bar, fino ad allora, era solito consumare circa due casse l'anno di Irish

**After the Colonel**

When Chicago *Tribune* Publisher Robert R. McCormick died last spring, newsmen all over the U.S. wondered what changes would come in the paper without the Colonel's commanding, eccentric personality to steer it. Would the *Trib*, for example, drop some of his pet projects and peevish? Last week, amidst a number of almost imperceptible changes, the *Trib* stepped right out and put the ax to one of the Colonel's fondest innovations.

For the first time since the day in 1934 when McCormick ordered radical new simplified spelling, the *Trib* was going back to some old spelling rules. Instead of such words as *frate*, *grafic*, *tarif*, *soder* and *safisticated*, the *Trib* will now use *freight*, *graphic*, *tariff*, *solder* and *sophisticated*, just like everybody else. Still unchanged are the Colonel's spellings of such words as *thoro*, *burocratic* and *altho*.

While he was alive, the Colonel stuck to his simplified spelling with a vengeance. When his own orthographer and key men on the *Tribune* staff objected to *frater*, McCormick splashed on their memo one red-ink sentence: "We will keep *frater* because the *Tribune* likes it." But now that the Colonel is no longer the *Tribune*, it is developing new likes and dislikes. "It's largely due to public relations," explains one old staffer. "We are eliminating a feeling of irritation." There is, adds another *Trib* staffer, "a sort of indescribable feeling of mildness about the place now."

Although the *Trib* still hews to its maverick politics, blasting both the Democrats and the Republicans and taking off after many of its old whipping boys, its running battle with the 20th century in general has started to subside. There is also more humor and less soapboxing on the editorial page. Says Managing Editor Don Maxwell, editorial boss of the triumvirate that now runs the paper (*TIME*, April 18), "I always hate to do anything that changes a policy of the Colonel's, but I have to make up my own mind now."

What made up Maxwell's mind on simplified spelling was that Chicagoland schoolteachers complained that they were having trouble teaching students to spell words right when the *Trib* persisted in spelling them wrong. While most newsmen applauded the efforts of the new *Trib*'s bosses to strike out on their own, the applause was tempered by some regret. Said one Chicago newsmen: "There is something sad about seeing the *Trib* lose the old to-hell-with-everything air of individualism that the Colonel instilled."

**Delaplane's Dew**

On a chilly fall day at Shannon Airport five years ago, San Francisco *Chronicle* Columnist Stan ("Postcards") Delaplane stepped up to a bar for a bracer. From the other side, he was handed a drink he had never tasted before. Delaplane inquired

*TIME*, AUGUST 29, 1955



THE "TRIBUNE Hop from fra

and got—complete flair for a tale—Bart explanation of the or Back in San Francisco plane remembered the In his column, he w old days the flying b Foynes—about '38 I sengers would come i ing and shaking fit 'Surely,' said Joe Sh vent a stirrup cup fo them not able to put in their pockets for a we warm them. Wha



THE "CHRONICLE Add coffee black as

Whisky. Da quel momento, con oltre settecento Irish Coffee al giorno, il consumo passò a circa mille casse annue.

Le preparazioni del drink spopolarono senza contegno in una vera e propria mania: "Delaplane's dew". Chiunque leggeva l'articolo del columnist nelle oltre quaranta città limitrofe a San Francisco era co-

said Joe, "than Irish whisky, smooth as a maiden's kiss? To take the chill off their poor shaking hands we will fill the glass with coffee black as Cromwell's heart. We will top it with a floating inch of Irish cream." The result: Irish coffee.

"What's Happening?" The memory of the drink was not enough for Columnist Delaplane. One night at San Francisco's Buena Vista bar, he showed the bartender how to make Irish coffee.\* The drink that Columnist Delaplane mixed (and reported in his column), packed a wallop felt far from San Francisco.

A few weeks after Delaplane's demonstration came a startled cable from Ireland to a San Francisco liquor importer: WHAT'S HAPPENING? The answer: Delaplane had touched off a craze for Irish coffee. In San Francisco's Buena Vista bar alone, consumption of Irish whisky leaped from two cases a year to 1,000 cases, an average of 700 Irish coffees a day. Visitors from some 40-odd cities where Delaplane's column runs turned up in droves to sample the magic dew. The consumption of Irish coffee has become so great that exports of Irish whisky to the U.S. increased 40% last year, to 10,000 cases. In Manhattan, bistros from Pat Moriarty's Chop House (price: \$4.00) to the 21 Club (price: \$1.75) have begun ladling out Irish coffee.

TV Star Jack Webb built an entire *Dragnet* around Irish coffee. From Ireland came Count Cyril McCormack, John's son, sales director of John Locke & Co. Irish distillery, to see what was going on at the Buena Vista. From the Buena Vista, Bartender Jack Koeppler made a pilgrimage to Ireland and was guest of honor at a luncheon tendered by Deputy Prime Minister William Norton. "I might have been Saint Patrick himself, come to throw the snakes out," says Washington-born German-descended Bartender Koeppler.

"'Tis the Sad Truth." This fall the flabbergasted Irish whisky industry begins a campaign to put Irish coffee on the menus of bars and restaurants all over the U.S. But the men who introduced the drink to America, Bartender Joe Sheridan and Columnist Stan Delaplane, will not be part of the campaign. Joe Sheridan, who left Ireland and drifted to Canada, Hawaii and finally, by sheer coincidence, to San Francisco, cannot stand to even look at the drink any more. Instead of taking a place of honor he has been offered behind the bar at the Buena Vista, he works as a cook in Tiny's Waffle Shop, an all-night restaurant near San Francisco's Union Square. "Whisky and me, 'tis the sad truth," he says. "do not get along, whether it be in coffee or not."

As for Stan Delaplane, he avoids Irish whisky even straight (as it should be drunk), and will have no truck with Irish coffee. Says he: "I can't stand the stuff any more."

\* Recipe: preheat a six-ounce glass with very hot water. Empty and refill the glass three-fourths full of hot, black, strong coffee. Add three cubes of sugar and stir until dissolved. Add a full jigger of Irish whisky and float whipped cream on top.

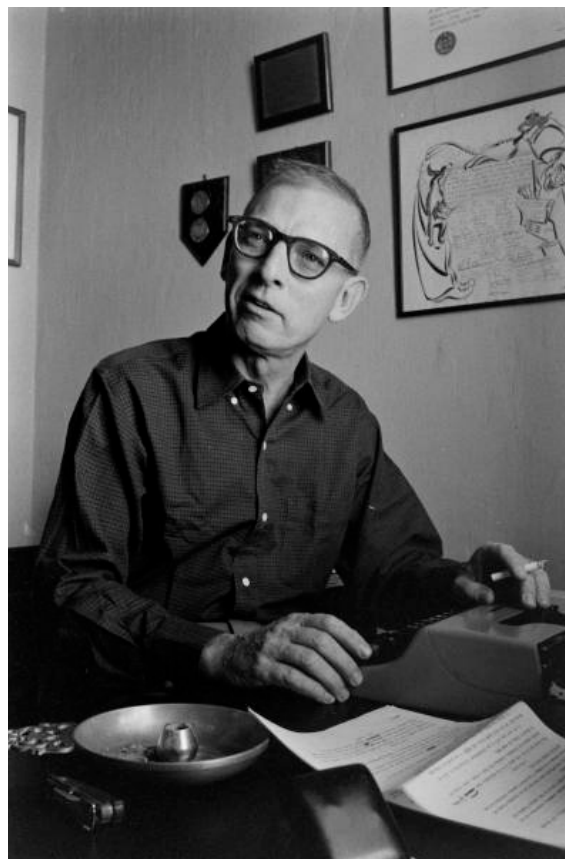


Arthur Shey  
's' MAXWELL  
te to freight.

with an Irishman's  
ender Joe Sheridan's  
igin of the drink.  
isco Columnist Dela-  
rink and the story.  
rote: "Twas in the  
oats were landing at  
should say; the pas-  
n by launch, shiver-  
to die with cold.  
 Sheridan, 'we must in-  
the poor souls, and  
their shivering hands  
shilling to pay unless  
t is more warming,'



Robert Lockenbach  
's' DELAPLANE  
s Cromwell's heart.



si poteva bere Irish Coffee da 85 cent al Pat Moriarty's Chop House, a 1,85 dollari al 21 Club.

Il successo dell'"Irish Coffee Royal" venduto nella Sixth Avenue di New York al Pat Moriarty's Chop indusse Joe Sheridan, sino ad allora rimasto discreto, ad affermare le origini della sua preparazione: «Irish Coffee Royal? Non ho il piacere di conoscere il signor Moriarty, ma quel drink è certamente un Irish Coffee e non un Irish Coffee Royal».

Il primordiale nome della bevanda servita in Irlanda era in realtà "Gaelic Coffee" anche se, come Joe esortava a fare, negli Stati Uniti sarebbe stato più giusto chiamarlo Irish Coffee in relazione all'imprescindibile realtà legata alle origini di una bevanda nata in Irlanda, inventata da un irlandese e bevuta dagli irlandesi. Joe prese oltremodo le distanze dal nome "Irish Coffee Royal" inducendo a

me automaticamente trasportato al bar, tanto che lo stesso drink iniziò a diffondersi anche in altri locali delle più grandi città degli Stati Uniti. Dopo solo un anno di preparazioni, nel 1954, le importazioni di Irish Whiskey negli Stati Uniti subirono un incremento del quaranta per cento con circa diecimila casse annue. A Manhattan



#### TECNICA

NELLA PAGINA ACCANTO E QUI SOPRA LE QUATTRO FASI PER PREPARARE L'IRISH COFFEE:

1. ZUCCHERO NEL BICCHIERE RISCALDATO
2. VERSARE IL CAFFÈ
3. VERSARE IL WHISKEY
4. VERSARE LA PANNA.

capire che lui stesso non lo avrebbe mai approvato. Ma la vita poco salutare di Joe e le sue vicissitudini legate all'alcol lo relegarono sempre ai margini del successo di questo ormai popolare cocktail. Infatti, rispondendo a tutti coloro che sostenevano che l'utilizzo del Whiskey era il solo mezzo per coprire l'orribile gusto del caffè irlandese, Joe raccontò che in realtà tale preparazione derivava anche dalla consuetudine di prepararsi, ogni mattina, un rimedio per riprendersi dalle frequenti sborne serali. Ricordando di essere membro degli Alcolisti Anonimi rivelò anche del suo ormai definitivo distacco dal Whiskey e dall'alcol in generale che rese la sua vita schiava di problemi finanziari e di salute. Tale distacco fu talmente unidirezionale da abbandonare, già in Irlanda, la carriera di barista e della possibilità di avvantaggiarsi economicamente della popolarità del suo drink.

Lasciata l'Irlanda, inizialmente per il Canada, Joe Sheridan ebbe successivamente esperienze professionali in varie località del mondo, tra cui le Hawaii, per finire, per pura coincidenza, proprio a San Francisco. Rifiutò l'onorevole offerta di collaborazione offertagli dal Buena Vista

Bar e accettò un lavoro in un piccolo locale della città come cuoco. Questa era la sua professione nel 1955 quando le cronache ancora raccontavano della popolarità della bevanda da lui creata. Joe lavorò come cuoco in alcuni locali di San Francisco come il Tin's Waffle Shop presso Union's Square o al Place Pigalle. Per John era comunque motivo di orgoglio il fatto che il suo drink si diffondesse sempre più. «Spero che si faccia conoscere negli alberghi e nei bar. È importante per l'Irish Whiskey e per l'Irlanda che è la mia patria».

Ad incrementare la popolarità del drink partecipò anche il piccolo schermo attraverso la star tv Jack Webb che inserì il cocktail nella famosa serie tv *Dragnet*.

Nel frattempo il successo del Buena Vista Bar non accennava a calare. La popolarità esponenziale del drink suscitò l'attenzione del conte Cyril McCormack, figlio del grande tenore irlandese John e direttore vendite di John Locke & Co Irish Distillery. Cyril McCormack partì dall'Irlanda alla volta di Chicago per verificare cosa stesse succedendo in quel bar dove il bartender Jack Koepler serviva centinaia di Irish Coffee quotidianamente, tanto da





essere addirittura invitato come ospite d'onore in Irlanda dal vice primo ministro William Norton. Nel raccontare la storia del drink Joe si soffermò a rispondere a una precisa domanda di Stan che gli chiedeva di menzionare i brand di Whisky che preferiva miscelare nel drink. Joe rispose che per via della loro popolarità nei ceti sociali medio alti preferiva utilizzare John Powers o John Jameson i quali erano serviti nei migliori alberghi irlandesi. Anche perché altre distillerie, come ad esempio quella di William Tullamore, erano talmente piccole da non riuscire a inserirsi in un mercato già saturo dei marchi più potenti. In realtà proprio durante gli anni in cui si diffuse l'Irish Coffee le bottigliere dei bar statunitensi si riempivano di Tullamore Dew Whiskey, azienda alla quale lo stesso Joe volle dare un consiglio: «Not to say the others are anything but good Irish Whisky too».

Nella prima metà degli anni '90 il Buena Vista Bar utilizzava un prodotto appositamente preparato per l'Irish Coffee dalla distilleria Cooley nella contea di Louth. Nel 1966 per ragioni commerciali, e con qualche disapprovazione della clientela, l'azienda decise di optare per Tullamore





SHANNON AIRPORT AUTHORITY



**IRISH COFFEE**  
THE DRINK WITH Synergistic Action

Like certain drinks with Jameson Irish Whiskey, it is made on the spot... in better company. The secret lies in the fact that the coffee, John Jameson and the cream combine in your constitution with a certain seductive ease. It is what the coffee and the whiskey do, which makes this the most potent action of the ingredients in this drink. The result does not come from the ingredients, but from the way in which they are combined. It is all in the way in which they are combined. It is all in the way in which they are combined. It is all in the way in which they are combined.

**HOW TO MAKE IRISH COFFEE**  
Take prepared (strong) Jameson Irish Whiskey, per glass of John Jameson Irish Whiskey and 1/2 tsp. of sugar. Put in strong black coffee in a hot glass. Carefully beat with a sugar spoon to mix well. Pour through the coffee.

**JOHN JAMESON**  
BLENDED SCOTCH WHISKY • M POTDOR

IMPORTED BY W. A. TAYLOR & COMPANY, NEW YORK, N. Y. • SOLE DISTRIBUTORS FOR THE U.S.A.

**Irish Coffee**

Warm the cockles of your heart with Irish Coffee

Enjoy some soon! Put one teaspoon of sugar in 6-oz. Hot Taddy Glass or coffee cup. Pour in hot coffee. Add one jigger of Power's Irish Whiskey. Top with whipped cream. Easy to make, isn't it!

In all Ireland, where whiskey was born, there's none so fine as Power's Irish Whiskey. Small wonder so many people familiar with all whiskeys, prefer Power's Irish Whiskey.

**POWER'S GOLD LABEL**  
IRISH WHISKEY

A PRODUCT OF IRELAND. 7 YEARS OLD - 86 PROOF - CANADA DRY GINGER ALE, INC., NEW YORK, N. Y.

**FAMA**  
IN ALTO FIDEL CASTRO FU AUTORIZZATO A PREPARARSI L'IRISH COFFEE DA SOLO. AL CENTRO MARILYN MONROE GUSTA UN IRISH COFFEE. QUI SOPRA TRE HOSTESS CON IL DRINK. E ALCUNE PUBBLICITÀ D'EPOCA.

Dew. A detta di molti un leggero sentore di bruciato non rendeva la bevanda tradizionale come lo stesso Joe descriveva al tempo: «Cream as rich as an Irish brogue, coffee as strong as a friendly hand, sugar as sweet as the tongue of a rogue, and Whiskey as smooth as the wit of the land».

Pare però, secondo il proprietario Bob Freeman, che la scelta fosse giustificata

da una preferenza di gusto che dal differente costo della bottiglia. Questa scelta fu molto discordante anche tra i dipendenti del bar. La cameriera Lea Hausherr dichiarò espressamente che tale decisione fu una vergogna per la storia del bar e del drink. Infatti, oltre a togliere il mistero celato dietro una preparazione segreta e privata di un proprio Irish Whisky, il cocktail sarebbe stato uniformizzato agli



Chronicle / Lea Suzuki



**BUONA VISTA BAR**  
A SINISTRA LO STAFF DEL LOCALE. QUI SOPRA IL BARMAN LARRY NOLAN.

stessi preparati negli altri locali, magari a prezzi più bassi.

Ma nonostante le vicissitudini che ricaddero frequentemente sulla scelta del distillato, il Buena Vista continuò a incrementare le preparazioni. Nel 2002 ci fu un cliente, un certo Antonio Gallo, che al 7 novembre aveva già bevuto 560 Irish Coffee. Non fu difficile crederlo dato che il barman Larry Nolan preparava circa duemila caffè irlandesi al giorno.

A proposito della maniacale diffusione della bevanda Joe raccontò anche che inizialmente non fu mai a conoscenza di come gli altri irlandesi gestirono questo successo, e che da New York, dove c'era una copiosa comunità irlandese, ogni tanto veniva interpellato per la ricetta. Paradossalmente la popolarità del drink non fu generosa con i suoi protagonisti.

Il barman Joe Sheridan fu completamente eclissato dalla storia per i motivi descritti. Lo stesso fautore del successo, Stan Delaplane, non fu mai coinvolto nelle campagne pubblicitarie dell'industria di Whisky irlandese per veicolare l'Irish Coffee in tutti i menu degli Stati Uniti. Il giornalista rimase talmente indignato da questa storia che a sua volta ne prese le distanze affermando «I can't stand the stuff any more». A dire il vero Stan, che fu uno dei più rilevanti sperimentatori della

ricetta esatta insieme ai due barman del Buena Vista Bar, venne successivamente ricordato attraverso una mostra allestita nel bar con testimonianze e cimeli concessi dalla figlia Kris Conti, in ricordo del padre morto nella primavera del 1988 a ottanta anni.

Di punch caldi, bevande corroboranti alcoliche a base di caffè ne è pieno il mondo. Antiche, discusse e note, come il Coffee Cocktail del libro di Jerry Thomas (senza il caffè) descritto poi da David Woodrich in *Imbibe*, i celeberrimi Coffee & Rum e Coffee Cobbler menzionati da altri pilastri della miscelazione come William Smith e Harry Johnson, il freddo Black Rose di Frank Meier, semplicemente composto da rum agricolo, zucchero e caffè o, per citarne un altro, il mitico, intricato e spettacolare Coffee Grog di Don The Beachcomber.

La storia di queste preparazioni al caffè, che derivano da una specifica funzionalità e attitudine, e quindi da un modo di bere, è presente anche in piccole sconosciute tradizioni popolari sparse ovun-

*Nonostante la diffusione della bevanda la popolarità del drink non fu generosa con i suoi protagonisti*

que. Come in Italia dove, anche in piccoli territori, sono divenuti consuetudine preparazioni come la Moretta Fanese o il Ponce Livornese. È quantomeno curioso notare che di tutte le bevande sopra citate, in circa centocinquanta anni di preparazioni, a differenza di tutte le ricette e culture, l'Irish Coffee è l'unico nel suo genere ancora presente nel bagaglio culturale di ogni barista. Oggi, anche se non popolare, è ordinabile in tutti i bar del

mondo alla stregua di un Martini cocktail o di un Negroni.

Ancora oggi il Buena Vista Bar è considerato la cattedrale dell'Irish Coffee negli States con un consumo di circa diciannovemila litri annui di Whiskey irlandese. E «It's add to think it all come out of my hangover». Joe Sheridan riposa dal 1962 nel cimitero d Oakland.

**Gianni Zottola**

(ha collaborato Fabio Bacchi)

## LA RICETTA

### IRISH COFFEE

Riscaldare con acqua calda un bicchiere di circa 6 once.

Riempire il bicchiere per 3/4 con caffè nero e forte.

Dissolvervi 3 zollette di zucchero, aggiungervi una dose di Irish whiskey e la panna che deve galleggiare sul drink.



Alla domanda su quanto zucchero ci dovesse essere Joe rispose in questo modo: «Two lumps, cocktail size», «When I made it for myself for the hangover, I drank it black». Ma per i personaggi importanti in transito a Foynes e Shannon, era solito utilizzare la panna per l'effetto estetico e per ammorbidire il gusto del drink. La realizzazione del drink non è affatto semplice, come prima accennato, e anche lo stesso Jack Koepler ebbe non poche difficoltà a comporre il cocktail tanto da intraprendere un viaggio a Shannon per carpirne i segreti. Il problema, tutt'ora ricorrente, pare sia stato da subito legato alla consistenza della panna che secondo la corretta preparazione dovrebbe perfettamente galleggiare sul liquido nero senza scomporsi. La storia che si tramanda ormai da anni racconta che la soluzione fu portata alla luce grazie al sindaco di San Francisco che possedeva un caseificio e consigliò agli sperimentatori di far riposare la panna per quarantotto ore dopo averla agitata. Il sito web del Buena Vista offre una dimostrazione pratica con foto d'epoca.



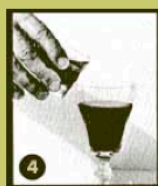
1 Fill glass with very hot water to pre-heat, then empty.



2 Pour hot coffee into hot glass until it is about three-quarters full. Drop in two cocktail sugar cubes.



3 Stir until the sugar is thoroughly dissolved.



4 Add full jigger of Irish Whiskey for proper taste and body.



5 Top with a collar of lightly whipped cream by pouring gently over a spoon.



6 Enjoy it while piping hot.



# 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](http://www.onestigroup.com)  
Distribuito in esclusiva da Onestigroup S.p.A.  
Contatti Tel. +39 0523 24 55 11  
[customerservice@onestigroup.com](mailto:customerservice@onestigroup.com)”

**American Beverage Marketers**

Delivering the Ultimate Cocktail Experience

# BENVENUTI AL RAY'S BAR

Punto di riferimento della nightlife della capitale degli Emirati

DI GIULIA ARSELLI

**A**bu Dhabi, in arabo, significa, "Terra della gazzella". La leggenda racconta che tutto ebbe origine quando una tribù assetata fu guidata da una antilope a una fonte di acqua dolce, su un'isola poco abitata e con poche capanne, qualche edificio in corallo e la fortezza del governatore. Questo insediamento sarebbe divenuto la moderna città cosmopolita di Abu Dhabi, la capitale degli Emirati Arabi Uniti dallo skyline altissimo e mozzafiato.

Ad Abu Dhabi vi è uno dei luoghi più straordinari al mondo, la meravigliosa Grande Moschea Sheikh Zayed, un gioiello architettonico che può accogliere sino a 40.000 fedeli, con 80 cupole e oltre 1.000 colonne, lampadari placcati in oro e il tappeto intrecciato a mano più grande del mondo. L'isola di Yas con il circuito di Yas Marina, sede dell'annuale Gran Premio di Formula 1 Etihad Airways, ospita il parco tematico Ferrari World.

Alcuni dei grattacieli più alti del mondo





*Sinuoso, ultra chic, immerso nel lusso, il Ray's bar, all'ultimo piano di uno dei grattacieli più alti del mondo, ha una lista cocktail che cambia ogni sei mesi. Attualmente ispirata alle varie ore del giorno e della notte*



svettano nello skyline della città. La singolare struttura architettonica senza precedenti, l'eccezionale forma e lo spettacolare e innovativo design delle Jumeirah at Etihad Towers sono la meta ideale per chi vuole soggiornare nel punto di riferimento del lusso di Abu Dhabi.

Al 62° piano dell'Hotel Jumeirah situato all'interno delle torri si trova il Ray's Bar. È difficile immaginare un bar più stylish e chic dove gradire alcuni dei migliori cocktail di Abu Dhabi. Accomodandosi al Ray's Bar e guardando dall'alto del 62° piano del Jumeirah at Etihad Towers, circondati dal lusso, ci si sente come in un altro mondo. In questo bar la lista dei cocktail viene cambiata ogni sei mesi. Mentre scrivo c'è una cocktail list ispirata alle varie ore del giorno (e della notte). Il risultato è un viaggio ideale tra gusti ricercati passando dalla luce all'oscurità.

Si inizia con il "Queen's Necklace", che, come richiama anche il nome, è un omaggio alla femminilità, con note di va-



niglia e mora. Sulla strada si possono trovare drink come “The Aviation is Flying Over a Lavander’s Lawn” che rappresenta un twist di un grande classico nel quale si possono gustare sentori di lavanda, grazie a un liquore homemade, passando per un “Apple and Cinnamon Mule”, fino a drink più carichi di personalità come il “Leather aged Rob Roy” o il “Caffè El Dorado”.

La lista presenta anche un’ottima selezione di spiriti e liquori, con una offerta di circa 350 etichette, che in un mercato come Abu Dhabi, rappresenta una bella eccezione. Quindi, che sia un cocktail o un bicchiere di Champagne o un aged Whisky, il Ray’s Bar è un punto di riferimento della nightlife di Abu Dhabi, dove si amalgamano diverse etnie e gruppi so-

ciali, creando un ambiente raffinato ed elegante.

La scelta musicale che anima il Ray’s Bar è curata da Dj Tanya V, una leggenda della scena house nel golfo. Propone 3 volte a settimana, una selezione di musica house lounge, con un tocco di funk e





**ABU DHABI**  
ALCUNE  
IMMAGINI  
DELLA  
CAPITALE DEGLI  
EMIRATI ARABI  
E DEL  
RAY'S BAR.

commerciale.

Il bar manager è Marco Corallo, qui approdato dal romantico Salento dopo un lungo percorso ricco ed emozionante. «Ricordo ancora la prima volta che ho miscolato un cocktail – racconta Marco – facevo il bar back da ormai un anno e il

mio capo barman mi chiese di fare un Negroni. Da buon italiano, il primo cocktail è stato il re dei cocktail. Al tempo non era di moda usare il jigger, né tantomeno i clienti avevano la pazienza di aspettare per un drink. Presi la bottiglia di Vermouth nella mano destra, il Bitter nella sinistra e iniziai a versare in un tumbler colmo di ghiaccio. Finalmente presi il Gin e versai un'abbondante porzione nel mio drink. Qualche giro veloce con il bar spoon e una lunga scorza d'arancia. Era la mia iniziazione, il momento in cui nacque la mia passione per questo splendido lavoro che diventò ben presto uno stile di vita».

Marco lasciò il Salento, il primo maggio 2009, destinazione Dubai. Non parlando una parola di inglese, accettò di la-



**MARCO CORALLO**  
BAR MANAGER  
DEL RAY'S BAR  
DI ABU DHABI.

sciare un posto da responsabile in Italia, per un posto di bar back nel ristorante più alto al mondo, l'At.mosphere, situato al 122° piano del grattacielo Burj Khalifa. Dopo circa un anno e mezzo lasciò gli Emirati Arabi, ma consapevole che era solo un arrivederci. «Per un bartender con la voglia di migliorarsi giorno dopo giorno e mettersi a confronto con i più grandi nell'industria, è stata quasi una scelta obbligata quella di scegliere la bella Londra. Con un bagaglio che conteneva corsi di sommelier AIS e WSET, accettai la posizione di head sommelier nello storico River Restaurant del Savoy Hotel. Questa è stata l'esperienza più significativa della mia vita, mi ha dato la possibilità di conoscere bartender del calibro di Erik Lorin-

cz, head bartender del glorioso American Bar. Un bartender secondo a nessuno sia nel bar che fuori, con un'eleganza e raffinatezza degne di un principe».

Dopo circa due anni, una telefonata cambiò la vita di Marco Corallo. «Il posto di Head Bartender e Sommelier d'albergo del Jumeirah at Etihad Towers, si era appena liberato – continua Marco – lasciai giacconi e giacche nel Regno Unito, riempii i miei bagagli di shakers, mixing glass, jiggers e bar spoons e m'imbarcai sul primo aereo per Abu Dhabi. Ora, dopo quasi due anni, sono il Bar Manager del Ray's Bar».

Cinque anni ad alti livelli nei posti importanti consolidano autostima e creano aspettative. In questo momento Marco sta partecipando alla Bacardi Legacy 2015/2016 con il cocktail "Buena Suerte" che è già nella finale nazionale degli Emirati Arabi, per la Bacardi Legacy 2015/2016. Nei prossimi 3 mesi sarà impegnato nella promozione del cocktail per avere la chance di rappresentare Ray's Bar e il suo paese nella global final, a maggio, a San Francisco. «Secondo il folklore, nella Spagna di Don Facundo Bacardi e nella sua nuova patria, Cuba, i pipistrelli simboleggiavano buona salute, fortuna e unione della famiglia – racconta, spiegando il suo drink – quindi quando Doña Amalia notò una colonia di pipi-



strelli da frutta, attratti dalla melassa nella distilleria di famiglia, lei interpretò ciò come simbolo di buona fortuna (Buena Suerte) e decise di utilizzare il pipistrello come simbolo Bacardi».

La ricetta di un cocktail fresco e leggero ma con un retrogusto complesso. Il St Germain è un omaggio alle origini francesi di Doña Amalia e Tio Pepe rap-

presenta il passato di Don Facundo, che prima di aprire la prima distilleria gestiva un'attività commerciale di vini e sherry spagnoli. Lo zucchero di molassa, meglio conosciuto come zucchero Muscovado, viene usato nel drink come esaltatore di gusto per i vari ingredienti. Buena Suerte Marco.

**Giulia Arseli**

## LE RICETTE

### BUENA SUERTE

#### INGREDIENTI

- 45ml Bacardi Carta Oro
- 20ml St. Germain
- 15ml Tio Pepe Palomino Fino Dry Sherry
- 45ml di succo di pompelmo rosa
- 1 bspdi light brown muscovado sugar

Preparazione: versare tutti gli ingredienti in uno shaker 3 pezzi, agitare e mescolare in una coppetta cocktail con una scorza di pompelmo come decorazione.

### THE AVIATION IS FLYING OVER A LAVANDER'S LAWN

#### INGREDIENTI

- 45ml London Dry Gin
- 20ml liquore alla lavanda
- 15ml succo di lime
- 40ml succo di ananas
- 5ml di sciroppo di zucchero

Preparazione: versare tutti gli ingredienti in uno shaker 3 pezzi, agitare e mescolare in una flute, rifinire il cocktail con della carta velina e un diamante di ghiaccio.



# IL LIQUORE DELLA SALUTE

Tonico e ricostituente, un classico di qualità

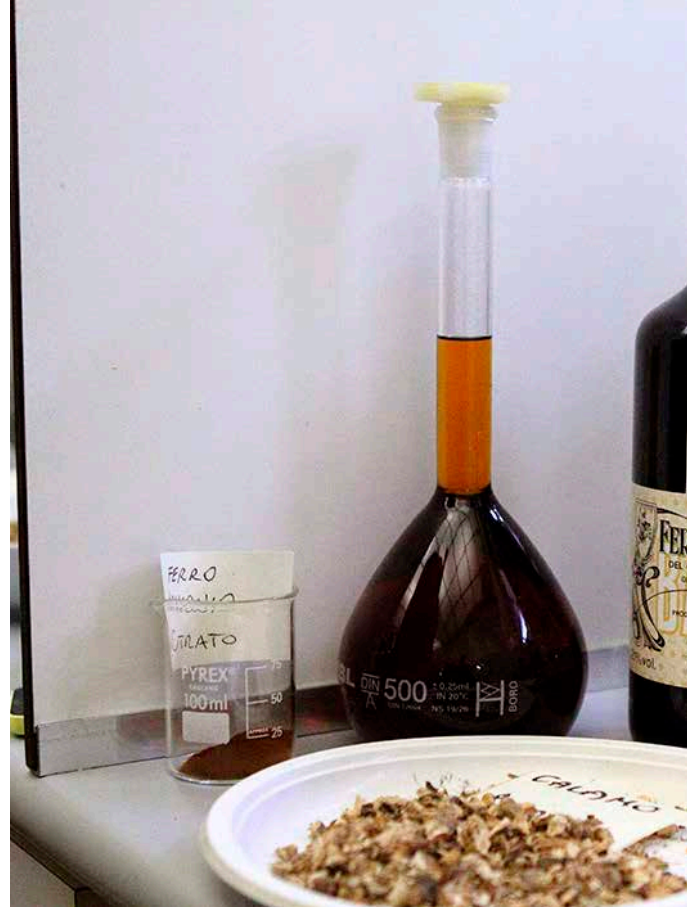
DI LUCA DI FRANCIA

Quando si menziona il Ferro-China la memoria ci porta subito alla farmacopea degli inizi '900 e a nomi che in qualche modo la hanno rappresentata: Baliva e Bisleri. Il Ferro-China è un liquore, un amaro di fama mondiale preparato secondo un'antica ricetta del Comm. Dott. Ernesto Baliva, nel 1894 già medico negli ospedali di Roma, un prodotto premiato con 8 medaglie d'oro, 4 Grandi Premi e Targa di Gran Premio all'Esposizione di Igiene Sociale a Roma nel 1912.

Questo liquore "tutto italiano" nasce come tonico-ricostituente. Alla fine del 1800 molti farmacisti producevano dei propri rimedi erboristici, riscontrando parecchio successo e nel 1894 il medico ospedaliero Ernesto Baliva pensò di creare una versione aromatizzata del Ferro-China con l'aggiunta di tredici erbe iniziando a rifornire le farmacie della capitale. Pubblicizzato nelle varie riviste dell'epoca, questo tonico dal gusto più complesso e piacevole si allontanò sempre più da veste di tonico per vestire quella di

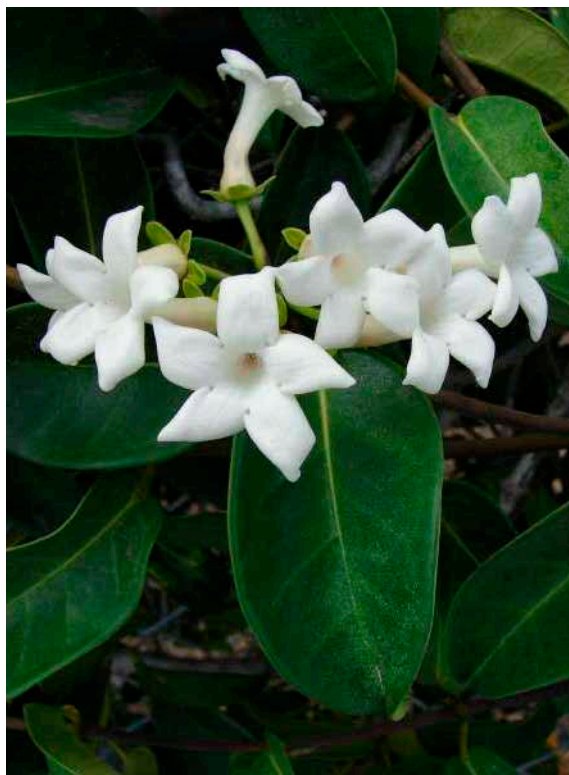
liquore da consumare piacevolmente anche dopo i pasti. In poco tempo acquisì piacevoli consensi all'estero, soprattutto in Asia e in India dove si consumava durante l'arco della giornata, allungato con dell'acqua. Il grande successo di questo suo tonico portò a dover ampliare la sua produzione di Ferro-China, chiedendo a un suo concittadino Virgilio Pallini (titolare dell'omonima distilleria) di poter sfruttare il suo stabilimento per ampliare la sua produzione.

Il Ferro-China è ottenuto da un'infusione di varie erbe, cortecce, come la genziana, arancio amaro e altre piante meno note come il condurango o la quassia. Ma i due costituenti principali sono la china e il ferro ammonio citrato. Difatti è stato il primo liquore ad avere nella sua composizione un metallo. Era una convinzione diffusa a quei tempi che il ferro diluito in alcool venisse più facilmente metabolizzato nell'organismo e che combinato alla china divenisse un ottimo rimedio contro la malaria. Veniva consigliato ai bambini per favorire la loro crescita e veniva con-





**COSTITUENTI**  
 SOPRA LA  
 CHINA. A  
 SINISTRA FIORI  
 DI  
 CONDURANGO  
 E QUI ACCANTO  
 FERRO  
 AMMONIO  
 CITRATO.



sumato mischiato all'uovo sbattuto.

La cinchona officinalis nome scientifico per definire la corteccia della pianta di china, originaria dalle Ande, contiene un alcaloide originale conosciuto come chinina o cinchona, fonte da cui si ricava il chinino antimalarico. Sono stati i ge-

suiti nel XVI secolo a diffonderla in Europa. A questa pianta vengono attribuite proprietà antipiretiche, digestive, toniche e antimalariche. La corteccia era usata dagli indigeni andini per colorare le stoffe e come pianta medicinale.

Il primo a descrivere e classificare la



#### PERSONAGGI

DA SINISTRA:  
CARL VON  
LINNÉ; JOSEPH  
BIENNAIMÉ  
CAVENTOU;  
FELICE BISLERI;  
PIERRE JOSEPH  
PELLETIER.

specie fu Carl Von Linneè (Linneo), il padre della moderna classificazione biologica e scientifica degli organismi viventi. Appartenente alla famiglia delle rubiaceae può raggiungere i 15 mt. di altezza. Di difficile soluzione in acqua, per lungo tempo venne consumata previa masticazione della corteccia, finchè nel 1820 grazie a due chimici francesi P. J. Pelletier e J. B. Caventou il principio attivo fu isolato.

Il chinino ha riscontrato parecchio successo nella liquoristica nazionale, riesce a sciogliersi molto bene in alcol e grazie alle sue proprietà è uno degli ingredienti cardini maggiormente utilizzato dagli speciali e liquoristi di tutto il mondo. L'altro elemento che caratterizza questo liquore è senz'altro il citrato di ferro di ammonio che consente un maggiore assorbimento del ferro dall'organismo.

Come elemento biogeno appartiene alla categoria dei microelementi, o elementi traccia: è importante per l'organismo umano poiché la sua assenza determina gravi squilibri nei processi vitali. Nella versione dell'“Irradiato”, veniva posta nell'infuso una spirale d'oro; il tutto veniva quindi collegato all'elettricità in modo da avere ioni di oro nella bevanda che potessero accrescere i benefici del Ferro-China.



Con tenore d'alcol di 21 gradi Ferro-China Baliva, ha come simbolo un gladiatore che combatte contro un leone, figura ispirata a un bassorilievo ospite nei Musei Capitolini. Sin dal 1894 il Ferro-China Baliva è stato largamente apprezzato e gradito da generazioni di consumatori di tutte le età. L'altro marchio che ha dato lustro al Ferro-China è quella di Bisleri.

Felice Bisleri nacque a Gerolanuova (Brescia) il 30 novembre 1851, da geni-



tori che esercitavano un piccolo commercio. Fu un patriota della III Guerra d'Indipendenza Italiana e dopo il servizio militare intraprese diversi mestieri tra cui il piazzista di caffè. In una piccola bottega della città allestì un laboratorio chimico per dedicarsi alla farmaceutica. Non era esperto di chimica ma riuscì a produrre e stabilizzare un ricostituente a base di china e ferro.

Bisleri si aiutò con dei libri e tanta volontà, e nel 1880 nacque il Ferro-China Bisleri. Fondò la ditta "Felice Bisleri & C." e iniziò un'abile campagna promozionale del suo prodotto. Nel 1894 per 900.000 lire Felice Bisleri acquistò la fonte minerale di Acqua Angelica a Nocera Umbra.

Questo paese era sprovvisto di una rete di acqua potabile e Felice Bisleri la fece arrivare gratuitamente negli ospedali e dove estremamente necessario. Una successiva fase di pubblicità e commercializzazione decretarono il successo del suo secondo prodotto, l'acqua Nocera Umbra.

Si dedicò a un altro prodotto. Acquistò da un farmacista maremmano la ricetta di pillole risultanti dall'associazione di farmaci noti, quali il chinino, l'arsenico e il ferro, quindi migliorò il composto e gli dette il nome di "esanofele" per sottolineare l'azione antianofelica. Chiese a un esperto di malaria, G. B. Grassi, di sperimentarlo. Era il 1899 e il farmaco

dette buoni risultati in Italia e all'estero.

Bisleri aveva delle vedute imprenditoriali geniali, uno dei primi a credere nell'importanza delle campagne pubblicitarie. Nel 1892 fondò la *Rivista medica*, un mensile che inviava gratuitamente a migliaia di sanitari, e il *Corriere dei due mondi*. Fu anche autore di un *Progetto sulla tassa di fabbricazione degli alcool* e *proposte di tassa di licenza sulle minute vendite* (Milano 1888), in cui manifestava il proprio dissenso ad un regime fiscale molto severo sugli alcoli, e dannoso specialmente per le piccole industrie.

Franco Bisleri Bordon, l'eroico pilota dell'aeronautica militare italiana duran-



te la seconda guerra mondiale, era nipote di Felice Bisleri. Sulle carlinghe degli aerei da lui pilotati in missione vi era il logo aziendale di Bisleri; il leone rampante e la scritta "Robur" che divenne il suo soprannome. Felice Bisleri fu nominato cavaliere del lavoro e morì a San Pellegrino il 17 settembre 1921. Il brand attualmente è fuori produzione.

Il Ferro-China come tanti altri tonici italiani, intorno agli anni Settanta, ebbe un declino passando di moda. Oggi grazie alle giuste competenze e una maggiore attenzione ai consumi di prodotti di qualità, il Ferro-China sta tornando a riscuotere sempre interesse da parte dei consumatori e dagli operatori del settore.

Attualmente il marchio Ferro-China Baliva è di proprietà di Pallini SpA, che ne ha rilanciato l'immagine, estremamente versatile e di forte versatilità nella mixology contemporanea. È un prodotto cult da avere nella propria bottigliera, simbolo di un'Italia che oggi come allora ha sempre dimostrato di essere un bagaglio di menti brillanti e di prodotti artigianali di eccelsa qualità.

**Luca Di Francia**

## LE RICETTE FERRO-CHINA

### Ricette di Michele Franciosi The Sign - Pozzuoli (NA)

#### CINNAMON BOULEVARD

##### INGREDIENTI

- 30 ml Buffalo Trace Bourbon Whiskey infuso alla cannella
- 25 ml Bitter Campari
- 25 ml Carpano Antica Formula
- 15 ml Ferro-China Baliva

Metodo: stir. Glass: old fashioned affumicato con legno di rovere. Guarnizione: orange peel



#### BROKEN MANHATTAN

##### INGREDIENTI

- 45 ml Appleton Estate V/X
- 25 ml Vermouth Storico Cocchi
- 15 ml Ferro-China Baliva
- 2 dash Angostura bitter
- 2 dash Jerry Thomas bitter

Metodo: stir. Glass: cocktail glass. Guarnizione: orange peel





# Gin & Jonnie

dallo Chef 3 Stelle Michelin  
Jonnie Boer

# GHILARDISELEZIONI

[WWW.GHILARDISELEZIONI.COM](http://WWW.GHILARDISELEZIONI.COM)

# ORGOGGIO GRECO

## Successo per la 5° edizione della kermesse ellenica

DI MATTEO REBUFFO



**A**nche quest'anno il Bar Show di Atene conferma grande interesse tra gli addetti ai lavori. I numeri per primi fuggono i dubbi di chi pensava di trovare un evento in crisi. Più di trecento prodotti in tasting, il 20% in più di afflusso rispetto all'anno scorso, 54 aziende internazionali presenti in quello che è il più importante evento ellenico e il secondo tra quelli europei.

Gli otto padiglioni destinati all'evento hanno ospitato diciotto aziende italiane facendo dell'Italia la nazione più rappresentata con produttori come Disaronno, J.Gasco, Vermouth del Professore, Campari: ulteriore riconferma di come la produzione italiana continui a essere spadroneggiante oltrepassati i confini.

Matteo Luxardo e Ana Tarrùs de Vehì di Molinari confermano l'attenzione delle aziende italiane verso il mercato greco presenziando al Bar Show con uno stand importante e consolidato. La Tarrùs rivela a BarTales che molte delle aziende italiane hanno iniziato a credere nel Bar Show ateniese tre anni fa e che oggi ne stanno raccogliendo i frutti grazie alla possibilità di lavorare all'interno di una bar industry concreta e attiva.

Ciò che ha impressionato è stata l'uni-

# ATHENS



## BAR SHOW

athensbarshow.gr



tà di intenti dell'intero bartending greco che ha saputo riunire tutte le più importanti aziende dimostrando al resto d'Europa quanto sia solida la realtà ellenica mettendo da parte inutili campanilismi.

Uno dei principali leader di questo movimento, Thanos Prunarus, dopo aver tenuto un seminario che ha fatto registrare un affollatissimo sold out racconta a BarTales quanto sta succedendo in Grecia. «In questo momento la Grecia vive sicuramente un momento difficile ma il nostro segreto è non dargli troppa importanza. I greci continuano ad avere voglia di divertirsi, sappiamo che non diventeremo mai una generazione ricca e lo ab-

biamo accettato». Thanos è proprietario di uno dei bar più importanti e influenti nel panorama del bartending greco, già inserito nella lista dei migliori bar al mondo e ci spiega come sia riuscito a creare un business sano. «Come proprietario di *Baba Au Rum* ho deciso di non aumentare i prezzi e non decurtare gli stipendi né la qualità di quello che vendiamo. Un giorno ho parlato col mio staff e ho domandato loro se pensassero che Atene meritasse di avere un cocktail bar di livello. Tutti hanno risposto in maniera affermativa. Siamo andati per la nostra strada e abbiamo avuto ragione. La costanza è la qualità più importante, quello che



fai tutti i giorni, resistendo alla stress che ne consegue, è ciò che rende possibile l'upgrade. La gestione economica viene dopo. Non avrei mai pensato che uno *street bar* come il nostro, informale

ma serio, potesse finire tra i cinquanta migliori bar al mondo. È successo e la chiave è domandarsi sempre il perché delle nostre azioni».

Come si rapporta il bartending greco verso quello internazionale? «Ci teniamo a mantenere il nostro atteggiamento

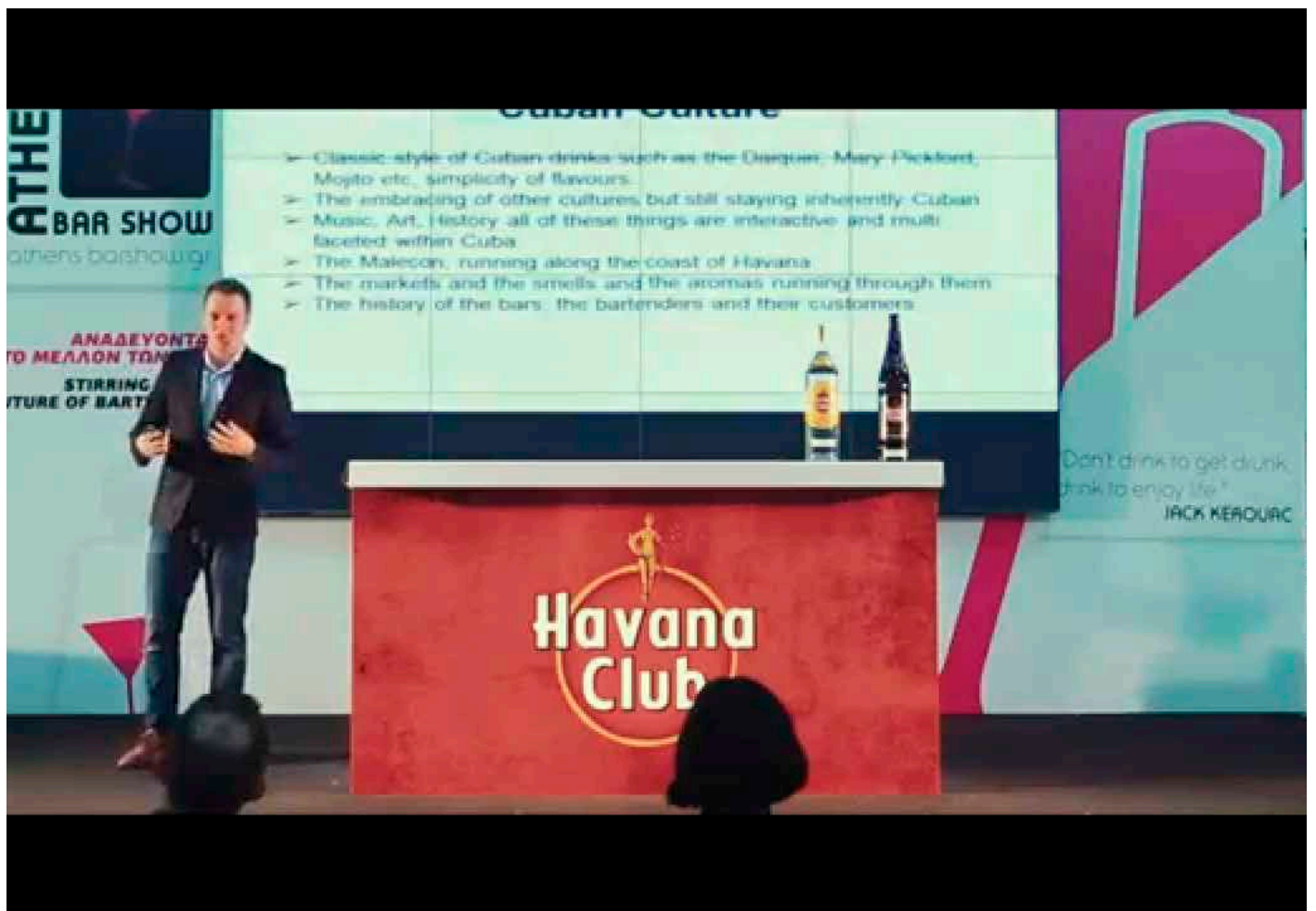
da mediterranei», confermano Thanos e altri importanti colleghi, «Non pensiamo che a Londra sia davvero tutto già fatto. Ad esempio gli *street bar* londinesi sono ancora troppo pochi, anche se continua

ad essere la migliore scuola possibile. Incoraggiamo i nostri colleghi più giovani a viaggiare a loro spese per scoprire cosa esiste nel mondo e il risultato è un movimento più consapevole».

Sul fronte dei seminari oltre a speaker internazionali come Tomas Estes e Simon Difford, significativa la presenza di tre conferenze a marchio italiano con Salvatore Calabrese, Nicola Olianias e Leonardo Leuci. Quest'ultimo, soprattutto, ha impressionato la platea per la profondità del lavoro svolto nell'esaminare ricette storiche, mostrando come l'idea di "ricetta originale" sia un pensiero da calibrare con attenzione e in molti casi privo di reale fondamento.

Atene ha permesso di comprendere quali saranno alcuni dei trend futuri grazie alla presenza di alcuni prodotti non ancora sul mercato. Diageo mostra come l'influenza giapponese sul mercato dei Whisky non possa più essere ignorata

*Da Atene si delineano alcuni dei trend futuri, con la presenza di prodotti non ancora sul mercato*



nemmeno dalle major presentando alcune delle botti che andranno a comporre il nuovo blend di casa Johnnie Walker. Un prodotto che avrà chiare influenze dal Sol Levante sullo stile e sul gusto.

Jameson Irish Whiskey ha presentato in anteprima il suo Caskmates, realizzato in collaborazione con un produttore di Stout irlandese e Ramazzotti ha lanciato la sua idea di aperitivo con Ramazzotti Rosato. «La possibilità di lavorare in un mercato a fari spenti», dichiarano i due Brand Ambassador Diageo in Grecia, «permette di costruire un rapporto con il consumatore più consapevole e profondo e sperimentare con maggiore libertà rispetto a mercati con un peso specifico maggiore».

Si è notata una schiacciante maggioranza di aziende internazionali. La motivazione viene spiegata ancora una volta da Thanos: «Noi ci riteniamo bartender greci ma questo non vuol dire chiudere





gli occhi verso l'internazionalità. Oggi cerchiamo di proporre i grandi classici del bartending mondiale focalizzandoci su quei prodotti che hanno fatto la storia».

L'Athens Bar Show ha contribuito a mettere Atene sulla mappa mondiale della cocktail culture, mostrando come l'assenza di una cultura del bere miscelato non sia di per sé un limite reale. Marie Haspeslagh di Foodpairing.com pone l'accento sul futuro, «si stanno gettando le basi per una delle bar industry più importanti d'Europa – dice – e come Foo-

dpairing.com abbiamo deciso di affittare un intero padiglione perché crediamo fermamente in uno scenario greco come opinion leader europeo».

Dopo cinque anni di Bar Show i risultati sono stati positivi in maniera quasi inaspettata ed è tempo di portare l'evento ad un livello ulteriore. Thanos ritiene che «si sia giunti al punto di svolta. Vogliamo fare numeri o qualità? Vogliamo persone critiche o ragazzi che partecipino solo per poter bere con pochi euro? Le aziende sono dalla nostra parte e credono in quello che facciamo mettendo da parte rivalità generazionali. In occasione di questo Bar Show *Al Baba Au Rum* ho ospitato nella stessa serata una guest sponsorizzata da Bacardi (con Daniele Dalla Pola dietro al bar) e una da Havana.

La prossima edizione dell'ABS sarà decisiva ma intanto i bar ateniesi ribollono, orgogliosi, di capacità e consapevolezza.

**Matteo Rebuffo**

Distribuito da OnestiGroup S.p.A.

# GOD SAVE *the* GIN



One & Only  
[www.thelondon1.com](http://www.thelondon1.com)

# TRADIZIONALE, BIANCO E DI PRATO

## Forse il primo Vermouth italiano Da conoscere e salvaguardare

DI FABIO BACCHI E LUCA DI FRANCIA

**N**el pieno 1700 era la Francia a dettare un certo modo di vivere. Lo stile di vita francese, sontuosamente raffinato, era imitato dalle classi sociali più abbienti, le idee illuministe dilagavano in tutta Europa e l'allora Gran Ducato di Toscana non faceva eccezione.

Nelle famiglie abbienti era pratica comune offrire agli ospiti "sciampagna" ottenuto da uve bianche ben mature della zona di Prato, ratafia e rosoli prodotti in casa secondo ricette gelosamente custodite. Ma era il Vermouth la bevanda di eccellenza più apprezzata dagli ospiti.

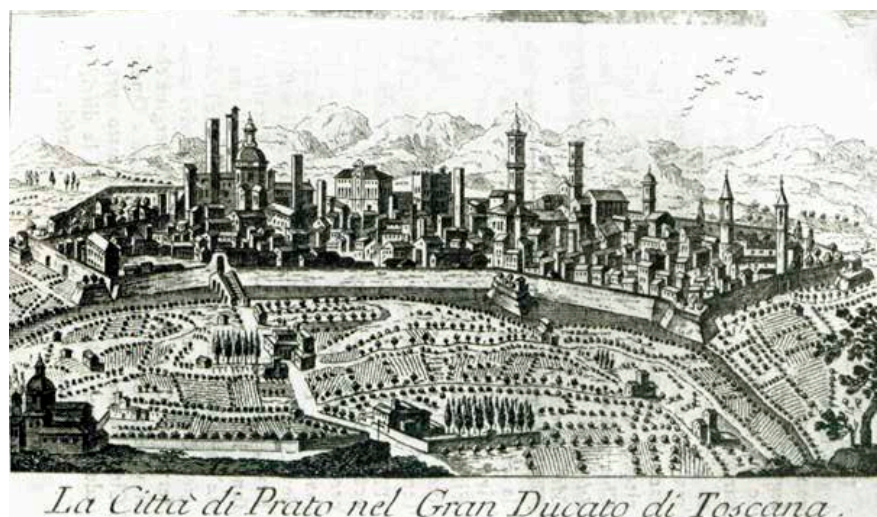
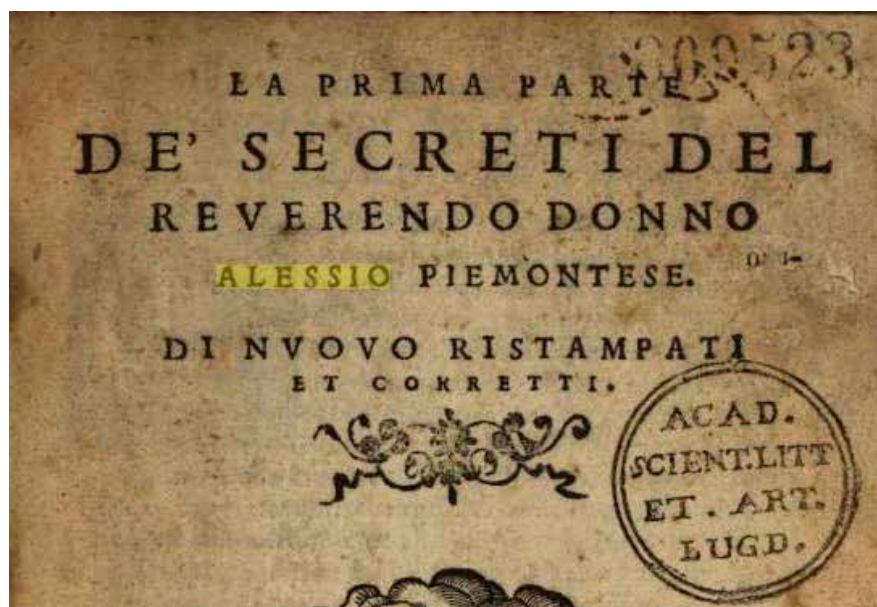
Nel centro Italia la sua maggiore produzione fu Prato. Veniva preparato, come ogni prodotto legato al suo territorio, proprio dalle massaie e dai contadini, utilizzando uva bianca giunta a piena maturazione ed erbe raccolte nei campi. Testimonianza di ciò è dato da alcune ricette trovate negli archivi settecenteschi della nobile e deviziosa famiglia pratese dei Buonamici che annoverava tra i propri suoceri anche Galileo Galilei.

Sulla paternità del nome Vermouth esistono diverse versioni ma probabilmente il primo italiano a definire Vermouth un tipo di vino, su un libro italiano, fu Cosimo Villafranchi nella sua opera *Oenologia Toscana o sia Memoria sopra i vini*, stampata a Firenze nel 1773 e premiata dall'Accademia dei Georgofili. Nello Zibaldone settecentesco di A. M. Guidotti fu scritta la "Ricetta per fare un perfetto Vermut", in cui veniva indicato il procedimento con le dosi precise di utilizzo e preparazione di erbe e spezie tra cui la buccia di pesche cotogne secche, introvabile in altre ricette.

Nella miscela di erbe e spezie, che variavano di famiglia in famiglia, anche se di poco, l'ingrediente fondamentale era l'assenzio maggiore (*Artemisia absinthium*), scorze d'arancia e, quasi sempre, enula e genziana. Le spezie più usate erano cannella, noce moscata e coriandolo. In un tipo di Vermouth toscano attuale vi sono anche i rizomi di giaggiolo (*Ireos florentina*).

Secondo alcuni, la nascita di questo





*La Città di Prato nel Gran Ducato di Toscana.*

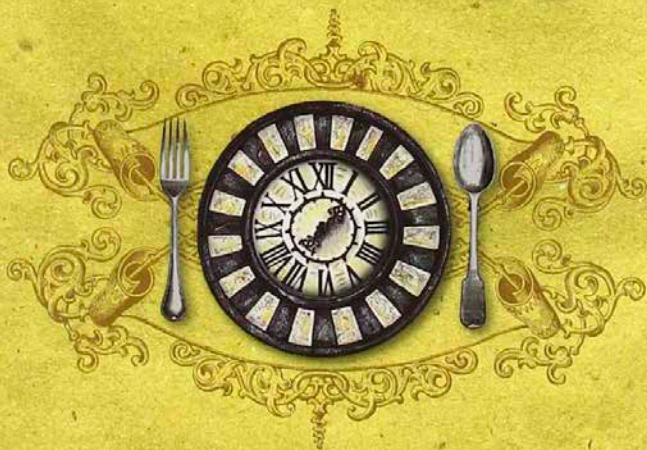
vino ippocratico si deve al volume *Secrets du seigneur Alexis Piemontois*, pubblicato a Lione tra la fine del XVII e l'inizio del XVIII. In questo testo l'erborista piemontese dava una ricetta di vino che ebbe un grande successo e che, inseguito, forse alla corte bavarese, fu denominato Wermut Wein. In realtà il volume *Secreti del reverendo donno Alessio Piemontese* fu pubblicato per la prima volta a Venezia nel 1555. A quell'edizione ne seguirono altre in latino e in altre lingue europee. Nel 1559 il volume uscì a Roma per le edizioni Vincenzo Luchino con la giunta del VII libro. L'autore è anonimo, ma

attualmente è identificato in Girolamo Ruscelli, erudito eclettico vissuto tra il 1500 e il 1566. Di questa opera sembrano esistere attualmente solo due copie: una è in possesso della Biblioteca Roncioniana di Prato, l'altra è a Roma, presso la Biblioteca del Dipartimento di medicina sperimentale e patologia – Sezione di Storia della medicina. Nelle edizioni italiane non vi è alcun accenno al Wermut Wein.

Le ricette di Vermut di Stefano Buonomici, nobile pratese, meritano attenzione. Benedetto Carpano nel 1786 a Torino definì l'attuale concetto di Vermouth, ma le

UMBERTO MANNUCCI

# Bisenzio tradizioni e cucina



*Prefazione di*  
**BEPPE BIGAZZI**



ricette della nobile famiglia pratese sono sicuramente antecedenti di almeno 50 anni. Ciò non basta a provare l'origine toscana del Vermouth, ma ne conferma la presenza prima della denominazione attuale. L'importanza di questo vino nella famiglia Buonamici è testimoniata da diverse ricette. Nella "Ricetta per fare il Vino detto Vermut" con uve scelte bianche, si legge di una infusione a base di assenzio pontico, radici di genziana ed enula campana, scorze di arancia del Portogallo essiccate. In un'altra ricetta di Vermouth del nobile pratese si legge di un misto di erbe e spezie infuse in vino tra cui: assenzio romano e pontico, coriandolo, noce moscata, cannella, genziana, enula campana, scorza di arancia

"forte" e del Portogallo. In un'altra ancora si scrive la produzione di Vermouth con un "barile di mosto di uva scelta vergine né bollito, né colato", in cui si mettevano in infusione erbe comuni che si potevano coltivare nell'orto di casa: cardo benedetto, serpillo, radice di angelica odorata (denominazione popolare dell'angelica arcangelica), maggiorana, timo, rosmarino, fiori di sambuco, assenzio romano, epatica nobile (così chiamata per le proprietà curative del fegato), centaurea minore e altre erbe non identificate, il tutto aromatizzato da scorza di arancia del Portogallo e di arancia "forte".

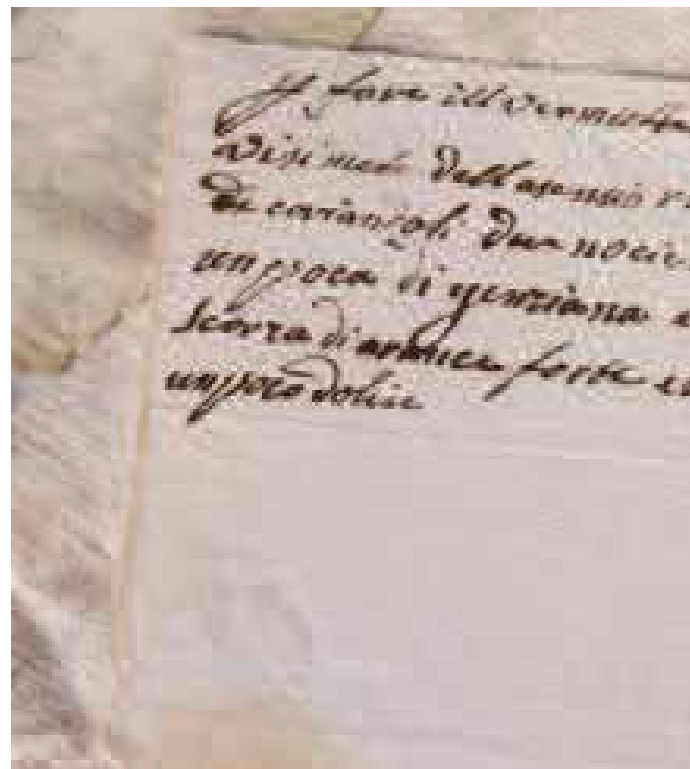
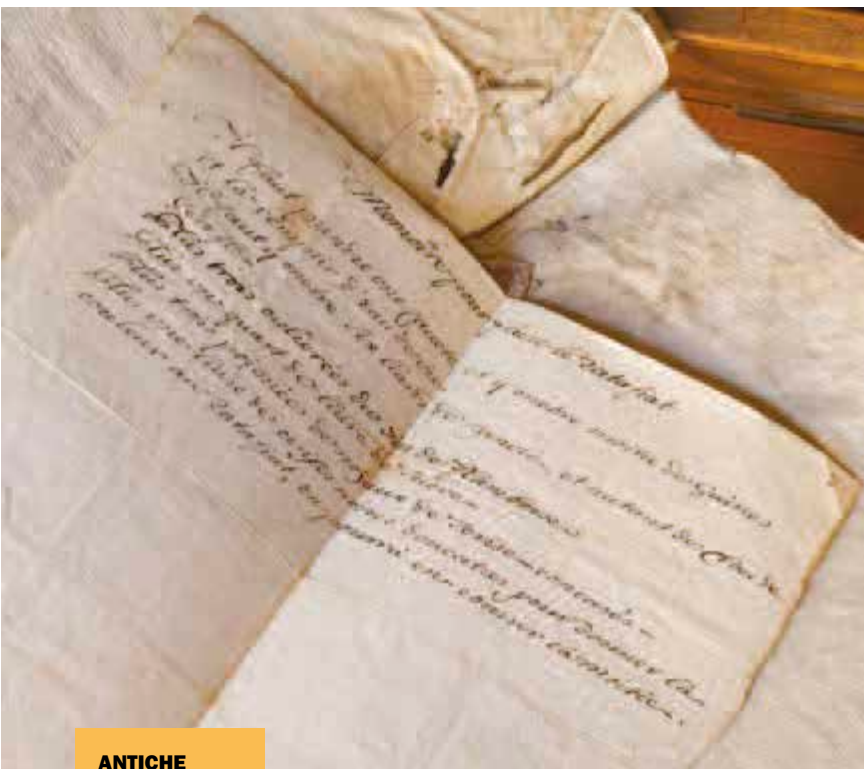
Non è un caso che la produzione di Vermouth in Toscana, si sia sviluppata proprio a Prato, grosso centro commerciale di transito per ogni merce. Nel 1700 a Prato vi erano molte botteghe di speziali; la spezieria eredi Frassinelli, quella di Giuseppe Maria Pittei, la farmacia Mascagni, fornivano erbe, infusi e ricette per ogni cura, le monache di S. Niccolò, dotate di una propria spezieria producevano il loro Vermouth. Le materie prime non mancavano. L'Antica Farmacia Guasti-Romei e la Farmacia Laboratorio Chimico del Dottor Giovanni Guasti producevano e vendevano il Vermouth alla Noce Vomica, consigliato come un tonico contro le disappetENZE e malattie di stomaco.

Ancora, nello "Zibaldone" di A. M. Guidotti del 1700 è indicata una "Ricetta per fare un perfetto Vermut", in cui viene spiegato il procedimento con le dosi precise per erbe e spezie. La ricetta è pubblicata nel libro *Bisenzio tradizioni e cucina*, di Umberto Mannucci, del 2000, alle pagine 201-203. "Emula campana once 1.1/2, Genziana once 1, Galanga



once 1, Zedoaria once 1, Cannella dolce once  $\frac{1}{2}$ , Calamo aromatico once  $\frac{1}{2}$ , Garofani once  $\frac{1}{2}$ , Macis fine dramme 2, Centaurea un poco, Assenzio pontico once 1, Assenzio romano once 1.1/2, Coriandoli n. 6-8, Noce moscata once 1, Un poco di buccia di cedro, Un poco di buccia d'arancia dolce, Un poco di buccia d'arancia forte, Un poco di buccia di pesche cotogne secche. Fatto che sarà il mosto dell'uva e separato dai fiocini o granella, si metta in un caratello o botte dentro di cui si mettano le suddette dro-

ghe ben pestate avvertendo che il vaso non sia pieno poichè nel bollire succederebbe che andasse di fuori e anche che scoppiasse il vaso. Quando il vino avrà bene incorporato le dette droghe si potrà svinare e passarlo per calza e conservarlo nei fiaschi, o dove tornerà più comodo proporzionalmente alla quantità. Le suddette droghe sono sufficienti per un barile di mosto o vino per cui potrà all'occorrenza dargli la giusta proporzione. Avendo vino bianco già fatto si faccia nella medesima maniera avvertendo di



#### ANTICHE RICETTE

SOPRA LA RICETTA DEL RATAFIA. A DESTRA QUELLA DEL VERMOUTH. (GENTILE CORTESIA DI ASPO, BUONAMICI E FONDAZIONE PRATO).

tenere il vaso tasato affinché il vino non svanisca".

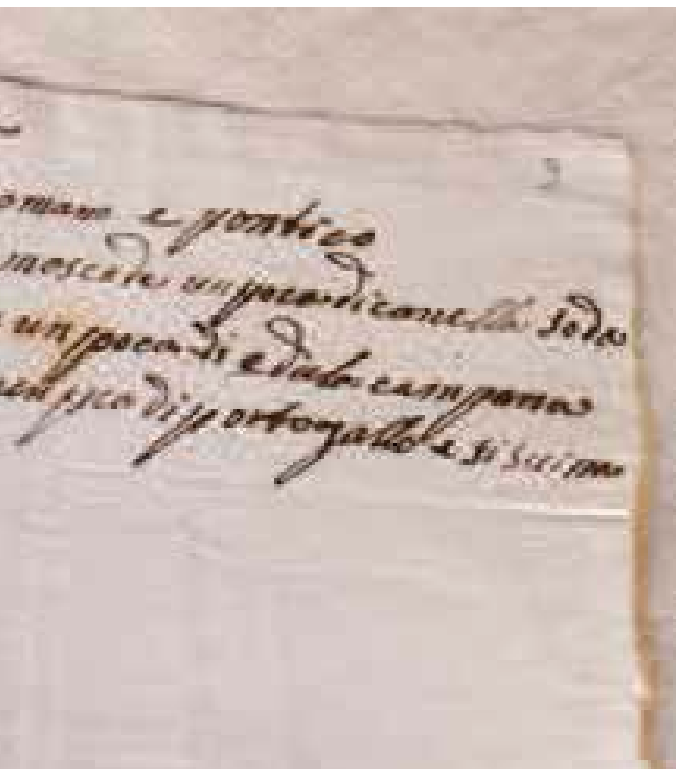
Nel 1800 il Vermouth di Prato, figlio della tradizione contadina e mercantile pratese, visse periodi di splendore quando Firenze divenne capitale del Regno. La letteratura dell'epoca ebbe assai cura per questo vino aromatizzato che era sempre presente in tutte le case e a ogni evento dell'epoca. Purtroppo, forse per individualismo commerciale, non si è mai creato un sistema commerciale che permettesse a questo Vermouth di tutelarsi e farsi conoscere. Dal dopoguerra ad oggi, i pratesi hanno focalizzato tutte le loro risorse su altre attività, trascurando totalmente il resto.

Oggi esiste un solo produttore di Vermouth a Prato e ciò comporta l'impossibilità di creare una IGP o DOP a tutela di questo Vermouth tanto antico quanto qualitativamente eccellente. Il Vermouth Bianco risale comunque a una tradizione contadina. Gli ingredienti sono gli stessi della ricetta tratta dallo "Zibaldone" settecentesco del Guidotti, con la buccia di pesche cotogne secche, introvabile in altre ricette, ma senza la zedoaria e il

macis fine. Alcuni esperimenti hanno riguardato il Vermouth Rosso e il Rosé che contengono la salvia.

La prima ricetta del Vermouth bianco di Prato risale al 1750 e attualmente l'unico opificio che produce questo vermouth secondo tradizione, è l'opificio gastronomico Nunquam a Carmignano, tra Prato e Firenze. È gestito dal 1999 da Fabio Goti e Cristina Pagliai, che curano personalmente tutto il processo produttivo, partendo proprio dalla selezione e raccolta delle erbe e piante officinali che vengono raccolte sulle colline di Montalbano. L'elemento cardine è l'assenzio, pontico e romano, senza il quale il prodotto non potrebbe chiamarsi Vermouth.

Nella ricetta rientrano anche l'enula campana, i rizomi di giaggiolo (Ireos fiorentina), la genziana, scorze d'arancia dolce e amara e di cedro, calamo aromatico, chiodi di garofano, centaurea, alla cannella, noce moscata e coriandolo, galanga. La miscela botanica viene messa in un maceratore con aggiunta di alcool neutro e vino bianco toscano. La macerazione dura in base alla stagione poiché nei periodi caldi le essenze cedo-



**PRODUZIONE**

ALCUNE FASI  
DELLA  
LAVORAZIONE  
NELL'OPIFICIO  
NUNQUAM.



NUNQUAM

no meglio, mentre nei periodi invernali il freddo rallenta lo scioglimento degli oli essenziali nel vino e si procede con i rimontaggi. In media, la macerazione dura circa una decina di giorni. Durante questa fase, si effettuano una serie di rimontaggi, al fine che le parti solide siano sempre a contatto diretto con la parte liquida ottenendo un'estrazione omogenea. Si effettuano circa tre o quattro rimontaggi al giorno.

Fino agli inizi del 1900 questo Vermouth veniva prodotto con il mosto



dell'uva. Difatti la produzione si limitava solo durante il periodo della vendemmia, successivamente con la sostituzione del mosto al vino, la produzione si è estesa per tutto l'anno. Una volta che il vino abbia acquisito le proprietà aromatiche necessarie, dalle erbe e spezie, viene separato da quest'ultime e viene aggiunto lo zucchero. Dopo alcuni giorni si passa alla filtrazione finale, che deve essere assolutamente lenta al fine di non traumatizzare il prodotto.

L'etichettatura delle bottiglie avviene manualmente. Un Vermouth di grande fattura. Apre la degustazione con un colore giallo dorato, di grande impatto olfattivo, molto intenso e complesso, i pro-

fumi sono disposti su note dolci di frutta matura e speziate, accompagnate da una nota piacevolmente acidula con nuance che ricordano il miele d'acacia. Al palato si presenta caldo e morbido, con un totale richiamo alle percezioni olfattive ed una lunghissima persistenza con una scia amaricante piacevolmente delicata.

Equilibrato, con 15°, è un Vermouth trasversale che può essere utilizzato sia nella miscelazione che da meditazione. Il Vermouth di Prato, forse il primo Vermouth italiano, dovrebbe essere considerato un patrimonio nazionale da tutelare del quale il migliore bartending dovrebbe farsi ambasciatore.

**Fabio Bacchi e Luca Di Francia**

## RICETTE VERMOUTH DI PRATO

### FUORI DI TESTA di Luca Angeli Atrium Bar - Four Season - Firenze

#### INGREDIENTI

- 4,0cl Vermouth Bianco di Prato
- 1,0 cl Creme de Cassis Briottet
- top di Champagne

Metodo: miscelare i primi due ingredienti in un mixin' glass, mescolare in una coppa Asti e colmare con lo Champagne. Guarnizione: lamponi feschi.



### ITALIAN GIMLET di Luca Angeli Atrium Bar - Four Season - Firenze

#### INGREDIENTI

- 6,0cl Vermouth Bianco di Prato
- 2,0cl succo di limone
- 1,0cl sciroppo di zucchero

Metodo: shaker. Glass: old fashioned. Guarnizione: julienne di limone on top.

### APOCALYPSE di Pasquale Damiano Brand Consultant - Napoli

#### INGREDIENTI

- 5cl London N3 Gin
- 2,5cl Vermouth Bianco di Prato
- 2,0cl succo di limone
- 1cl sciroppo di zucchero
- bianco d'uovo
- gocce di Mistrà
- 3 foglie di basilico

Metodo: shaker. Glass: servito in coppetta non filtrato. Guarnizione: limone disidratato



### SUDAMERICANO di Pasquale Damiano Brand Consultant - Napoli

#### INGREDIENTI

- 3cl Bitter Tempus Fugit
- 3cl Vermouth Bianco di Prato
- gocce di Angostura
- colmare con Goslings ginger beer

Metodo: build. Glass: Collins. Guarnizione: rondella di lime.

# 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](http://www.pallini.com) - [info@pallini.com](mailto:info@pallini.com)



# MARACUJA, FRUTTO DELLA PASSIONE

Molto usato in miscelazione, lo sciroppo è un prezioso ingrediente passpartout

DI GIOVANNI CECCARELLI

Con il termine *frutto della passione* o *maracuja* ci si riferisce al frutto della pianta *Passiflora edulis*. Viene ritenuta originaria del sud America, nella zona che comprende il sud del Brasile, il Paraguay e il nord Argentina e predilige il clima sub-tropicale e tropicale. È una pianta rampicante, sempreverde dalle radici poco profonde.

Il fiore ha cinque sepali bianchi dalle

sfumature verdi, cinque petali bianchi ed una corona a raggi di colore bianco-viola. Al centro del fiore c'è una struttura composta da cinque antere e dalla triplice struttura dell'ovario. A seconda della varietà, i colori possono essere più o meno sgargianti. Il frutto è rotondeggiante-oblungo e può essere di colore viola, con un diametro di 4-5 cm, oppure di colore giallo di dimensioni notevolmente maggiori. La





buccia è dura, spessa circa tre millimetri. Al'interno c'è una cavità che racchiude i semi e la polpa gelatinosa, di colore arancione. Nonostante le differenze di dimensioni, colore e sapore, entrambi i frutti appartengono alla stessa specie *passiflora edulis*. Alcuni identificano la pianta che genera il frutto giallo come forma *flavicarpa* ma la tassonomia ufficiale non fa questa distinzione. Dal punto di vista di sapore è meno profumato e molto più acido.

È un frutto climaterico quindi può essere acquistato anche leggermente acerbo e utilizzato quando raggiunge il punto di maturazione desiderato. Inoltre è uno dei maggiori produttori di etilene quindi può accelerare la maturazione di altri frutti cli-

materici oppure far perdere la colorazione verde ai lime (non climaterici) e accelerarne il deperimento. Per questo motivo sono venduti in sacchetti di plastica sigillati ed è così che andrebbero conservati in frigo, ad una temperatura di circa 7°C. I semi sono ricchi di olio edibile (circa 23%) che viene anche utilizzato in creme di bellezza perché ricco di antiossidanti.

Le principali cultivar (varietà coltivate) sono Australian purple, Common purple, Black Knight per la forma viola mentre Brazilian Golden e Golden Giant per la forma gialla.

In miscelazione è molto utilizzato, tuttavia, a causa del suo elevato costo, in molti bar è sostituito con semilavorati spesso di



bassa qualità poiché anche le polpe semilavorate di alta qualità hanno comunque un costo elevato.

Per abbattere i costi è necessario lavorare il frutto al fine di riuscire a sfruttare tutta la polpa disponibile, acquistarlo in quantità, così da negoziare il prezzo, e conservarlo in maniera opportuna al fine di evitare sprechi.

La polpa è attaccata ai semi e deve essere staccata da questi, con l'ausilio di un colino, prima di essere utilizzata, altrimenti sarebbe necessario utilizzare più frutti a parità di sapore desiderato. Inoltre, versare polpa e semi all'interno del bic-

chiere, subito dopo aver tagliato il frutto a metà, non permette un controllo ottimale della quantità di polpa utilizzata e quindi un bilanciamento standard dei drink.

Dal frutto della passione è possibile realizzare, senza dover utilizzare fuochi, lo sciroppo. Separare la polpa dai semi, pesare la polpa ottenuta e sciogliere all'interno una pari quantità di zucchero bianco (non è possibile scioglierne il doppio perché la polpa è già ricca di zuccheri e altri elementi disciolti). Unire il composto così ottenuto ai semi e lasciar riposare una notte in frigo. Filtrare e aggiungere una pari quantità, in volume, di zucchero liquido 2:1.

Se si possiede un rifrattometro si può controllare con precisione lo zucchero in grani da aggiungere alla polpa nella fase iniziale. Si consiglia di aggiungere zucchero fino ai 64 gradi brix per limitare problemi di conservazione. Tuttavia è sempre bene realizzare lo sciroppo ogni due giorni così da poter garantire la massima freschezza e azzerare il rischio di deperimento.

**Giovanni Ceccarelli**

## LE RICETTE

### CAIPIRINA PASSION FRUIT

#### INGREDIENTI

- Mezzo lime a cubetti
- 4 cl polpa del frutto della passione privata dei semi
- Zucchero bianco Q.B.
- 6 cl Cachaca

#### PROCEDIMENTO

Pestare lime e zucchero, aggiungere la polpa del frutto della passione e miscelare fino al completo scioglimento dello zucchero. Aggiungere la Cachaca, miscelare bene e aggiungere il ghiaccio tritato. Shakerare delicatamente.

### DON'S SPECIAL DAIQUIRI

#### INGREDIENTI

- 3 cl Rum Jamaicano
- 1.5 cl Ron cubano
- 2 cl succo di lime fresco
- 1.5 cl honey mix
- 1.5 cl sciroppo al frutto della passione

#### PROCEDIMENTO

Versare gli ingredienti in uno shaker. Shakerare vigorosamente e filtrare in coppetta.



# CAORUNN

{ka-roon}



## WHAT MAKES CAORUNN DIFFERENT?



\*An Aromatic Adventure



IMPORTATO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI  
COMPAGNIADEICARAIBI.COM | INFO@COMPAGNIADEICARAIBI.COM  
FACEBOOK /COMPAGNIADEICARAIBISRLU | INSTAGRAM /COMPDEICARAIBI | TWITTER /COMPDEICARAIBI

# IL DRINKZIONARIO

**DOM COSTA**

Edizioni Velier – 160 pag. – Euro 24,00

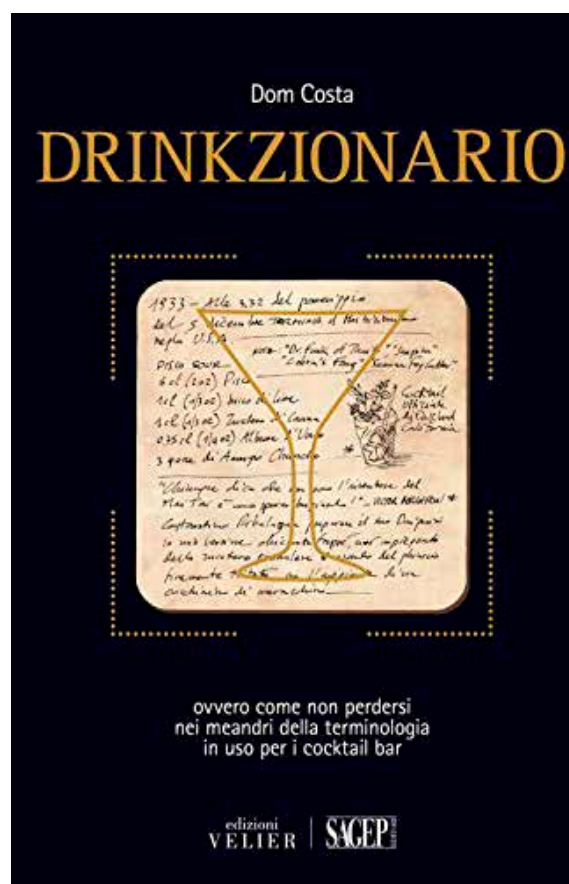
Come non perdersi nei meandri della terminologia in uso nei cocktail bar. Il sottotitolo è già esplicativo del volume che il lettore si appresta a consultare: un glossario molto completo e ricco di note per ogni singolo termine che, conservando il suo termine tecnico nella lingua madre anglosassone, mantiene il fascino originale.

Il *Drinkzionario* è uno strumento utile e a portata di mano per tutti coloro che si avvicinano al bartending ma anche per i più esperti in caso di necessità.

Domenico Costanzo, in arte Dom Costa, è un personaggio eclettico che ha esplorato tutti i contesti del bartending: navi, locali di ogni estrazione e format. È stato imprenditore con vedute in anticipo sui tempi, brand consultant, giornalista di settore.

Nelle 160 pagine rilegate con una bellissima copertina rigida è condensata la sua esperienza che spazia tra i termini tecnici e le ricette internazionali, il percorso tecnico evolutivo della mixology e le note biografiche di alcuni bartender che hanno scritto la storia del bere miscelato.

Tutte le ricette presentate sono corredate di note storiche, una pratica cronologia storica illustra le date che hanno segnato i momenti importanti della miscelazione e del bartending.



La parte finale del libro presenta una serie di tipiche preparazioni food americane strettamente coniugate al mondo del cocktail e che rientrano nell'american way of life: brunch, american breakfast e dinner, anche in questa sezione con un utile glossario a disposizione.

Sicuramente un testo del genere mancava e può tornare utile anche al consumatore appassionato. Un intelligente regalo di Natale.

**Alessandro Palanca**

# 1821 MARASCHINO *L'originale.*

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

**LUXARDO**

Luxardo promuove il bere responsabile



# MEZAN

THE UNTOUCHED RUM

*Sometimes treasures are found  
in unexpected places.*



*Senza zucchero, coloranti  
o aromi artificiali.  
Mezan, the untouched rum.*



[www.ghilardiselezioni.com](http://www.ghilardiselezioni.com)

**GHILARDI SELEZIONI**

ASSAPORA IL MONDO NEL TUO BICCHIERE