

BarTales

ANNO III | N. 6 | FEBBRAIO 2016

Face to face

**LEUCI: LA ROTTA
DEL COMMODORO**

Cocktail Story

**ILMARTINI
DEL DUKES**

**MEZCAL
SPIRITO
IDENTITARIO**



FERNET-BRANCA



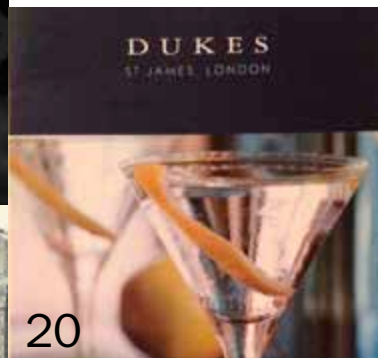
SEGUICI SU 







- 6** **L'editoriale** di Melania Guida
CHI LA DURA LA VINCE
- 8** **News** DAL MONDO
- 12** **Face to face** di Melania Guida
LA ROTTA DEL COMMODORO
- 20** **Cocktail Story** di Luca Rapetti
IL MARTINI DEL DUKES
- 30** **Trend** di Dario D'Avino
AMERICAN GIN CRAZE
- 40** **Report** di Fabio Bacchi
SPIRITO IDENTITARIO
- 48** **Liquid Story** di Aleksandr Al'tov
IL SAMOGON E GLI ALTRI DISTILLATI HOMEMADE
- 56** **Focus on** di Giulia Arseli
BENVENUTI AL BAR8 AT GASTROVINO
- 62** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli
DOLCE O AMARA: MANDORLA
- 66** **Book corner** di Alessandro Palanca
ALL'OMBRA DEL VESUVIO
TRA ALAMBICCHI E SPEZIALI



20



30



40



48



56



74

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giulia Arseli, Giovanni Ceccarelli,
Dario D'Avino, Alessandro Palanca,
Luca Rapetti, Aleksandr Al'tov**

EDIZIONE WEB A CURA DI

Dinamica Digitale srl

(info@dinamicadigitale.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

COPERTINA

Illustrazione di **Silvia Arenella**

© 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

Dal Venezuela, la più nobile famiglia di Rum.

CLARO

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

AÑEJO GRAN RESERVA

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

SELECTO

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

SANTA TERESA 1796

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



CHI LA DURA LA VINCE

Oltre mezzo secolo. Tanto c'è voluto perché Cuba vincessesse la “guerra” contro Bacardi/Martini. Più di cinquant'anni perché l'ufficio marchi e brevetti degli Stati Uniti, la notizia è di qualche giorno fa, autorizzasse “Havana Club” a registrare e commercializzare il marchio nel paese che da solo consuma il 40% del Rum che si beve nel mondo. Mettendo fine a una durissima battaglia legale. Così, dopo decenni di “imitazioni”, finalmente anche gli americani, una volta eliminato l'embargo, potranno bere in casa loro un Rum 100% made in L'Avana. In soldoni, il Rum castrista ha vinto su quello anticastrista. Chiaro che la storica decisione rappresenta una vittoria anche per il gruppo franco-cubano Pernod Ricard



Havana Club Licores de Cuba e senza riandare all'annosa lotta che ha contrapposto i due brand, è evidente che la riflessione riguardi dinamiche non soltanto commerciali ma anche e soprattutto geopolitiche. Il Rum cubano è profondamente connaturato alla Repubblica Cubana. È un'identità radicata al pari del Mezcal (*a pag.40*). Non un semplice prodotto ma il risultato di un processo storico intimamente connesso con il territorio. Ci piace che chiunque nel mondo possa bere autentico Rum cubano così come siamo convinti che bisogna tutelare e salvaguardare i mezcaleros delle palenque, i piccoli produttori messicani

che rischiano l'estinzione. Magari con progetti ad hoc, come quello del Jerry Thomas Project (*a pag.12*) impegnato a sostenere i piccoli villaggi con le infrastrutture necessarie a conservare il processo produttivo originario. Per avere un Mezcal unico, rispettoso del rituale originario tramandato di generazione in generazione. Lontano da logiche di sfruttamento.

“Solo gli imbecilli non sono ghiotti, si è ghiotti come poeti, si è ghiotti come artisti,,

GUY DE MAUPASSANT

THE GREEDY
PREMIUM ITALIAN GIN



“Cinico è colui che possiede l'arte di vedere le cose come sono, non come dovrebbero essere,,

OSCAR WILDE

ITALIAN PREMIUM LIQUEUR

On the rocks or Shake...

GREEDY ITALIAN PREMIUM GIN – BARTASTING LAB

in collaborazione con Fabio Bacchi & **BarTales**

29 FEBBRAIO 2016 ORE 14,30 – 17,30

Sala delle Eccellenze VARGROS – Via Orobia, 11 - Milano

Partecipazione gratuita – Riservazione obbligatoria:

sala.eccellenze@vargros.com – Tel. 334.1383335

**ABOUT
TEN**

www.abouten.it

www.facebook.com/cinicoliquore

Tel. +39 393 9901367

BEVI RESPONSABILMENTE

MOLINARI & FOX

Bartendency è il nuovo talent on the road di Molinari che andrà in onda su Fox. Giudici di eccezione saranno Alessandro Procoli, del Jerry Thomas Project di Roma, e LaMario, conduttrice di M20. I due viaggeranno per tutta l'Italia calandosi nelle atmosfere dei migliori cocktail bar del paese e assaggiando i cocktail a base di Molinari preparati dai più talentuosi bartender. Dopo una sfida a colpi di shaker tra i bartender selezionati ne rimarrà soltanto uno che si aggiudicherà l'ambito premio: il ruolo di futuro Brand Ambassador Molinari. Per il casting 2016, info su www.mondofox.it/bartendency.



HAI VISTO TOM COLLINS?

C'è una web serie, on-line su YouTube che si racconta aneddoti e curiosità legate al mondo del bere miscelato. Alberto Guerra e Massimiliano Nicolè, autori di "Hai visto Tom Collins" raccontano in modo esaustivo e ironico genesi ed evoluzione dei drink. Ambientata in un bar ricostruito in studio, l'Ibis Bar che cambia stile in base alla storia narrata, la serie ha come protagonisti un cliente e un bartender diverso per ogni episodio. Da non perdere su <https://www.youtube.com/playlist?list=PLtv1w06bxP27ruUDcjsxWQ-2VECIMAIVYmB>

WIRSPA

Parte della campagna Authentic Caribbean Rum, WIRSPA ha lanciato una nuova pubblicazione per la stampa e i professionisti del settore dal titolo "Alla scoperta del vero Rum", una panoramica su tutti i brand che fanno parte del marchio ACR, con informazioni sul paese di produzione, le note di degustazione e le caratteristiche di ogni Rum. Dopo il lancio della "Decade del Rum", la guida "Alla scoperta del vero Rum" continua il percorso formativo della campagna ACR con l'obiettivo di formare i professionisti del settore e gli appassionati di Rum. Con raccomandazioni per gustare al meglio ognuno di questi prodotti. Scaricabile alla pagina <http://www.acrrum.com>.





Gin & Jonnie

dallo Chef 3 Stelle Michelin
Jonnie Boer

GHILARDISELEZIONI

WWW.GHILARDISELEZIONI.COM



VENUEZ 2016

Il 21 e 22 marzo 2016 si svolgerà presso il Park Spoor Noord di Anversa la sesta edizione dell' Hospitality Show VENUEZ16 organizzata dall'omonimo magazine. La kermesse belga si ripresenta alla bar industry con la sua vetrina ispiratrice di tendenze future nel mondo del bar, food e dell'ospitalità del settore HORECA. Venuez 2016 volge uno sguardo particolare verso i trend nord europei ma non manca di confrontarsi con bartender e specialisti di ogni parte del mondo con educational e master dedicati al bar. Nell'occasione saranno assegnati gli Hospitality Awards alle aziende belghe dell'ospitalità che si sono distinte per innovazione ed eccellenza.

MENU DI QUARTIERE

Il nuovo menu dell'American Bar at Savoy di Londra è ispirato ai sei storici quartieri di Londra intorno all'hotel: Westminster, City of London, Camden, Hackney, Islington, Tower Hamlets, Greenwich, e Covent Garden. Ognuno di essi ispira il menù con un concetto che vuole “coniugare teatro e narrazione”. Il nuovo menù è stato meticolosamente elaborato nel corso di



molti mesi, dal capo barman Erik Lorincz con il suo team. «Abbiamo immaginato un menù che celebrasse Londra

attraverso dei drink, e ciò si adatta perfettamente a quella tradizione narrativa che l'American Bar esprime attraverso i suoi cocktail», dichiara il Bar manager Declan McGurk. La progettazione del menù è di Joe Wilson, l'artista artefice del Pop Up Menu del Beaufort Bar. In occasione del lancio, il team dell'American Bar è stato protagonista di un breve film muto a tema.

BIRRAIO DELL'ANNO

È Fabio Brocca il Birraio dell'Anno 2015. Premiato a Firenze da *Fermento Birra*, il format che ogni anno premia il miglior artigiano della birra italiana, Fabio si conferma uno dei pionieri della birra artigianale a partire dal 1996. Suo il merito di aver contribuito



a far conoscere la birra nel nostro paese nella maniera più semplice: somministrandola attraverso lo storico brewpub milanese Lambrate. Con il laboratorio per la propagazione dei lieviti, ricerca e inventiva continua, per birre originali che variano dalle basse alle alte fermentazioni.

BEVI RESPONSABILMENTE

★ AMERICA'S ORIGINAL ★

CRAFT VODKA



IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI - COMPAGNIADEICARAIBI.COM





LA ROTTA DEL COMMODORO

Leonardo Leuci e la ricerca
del bartender perduto

DI MELANIA GUIDA

Di fronte alla Chiesa Grande, lungo il vicolo stretto dedicato al Cellini, nel gelo di una livida mattinata romana intravedo la sagoma familiare e fugace. Coppola d'ordinanza, puntualissimo, Leonardo Leuci, il Commodoro come lo chiamano i fan e l'"equipaggio" degli intimi, ha una sca-

letta serratissima. L'intervista al posto del pranzo e a seguire l'inaugurazione no-stop dell'"Emporium". Fortuna che il cuore del business è giusto il triangolo che in pochi metri chiude il perimetro tra il Jerry Thomas, lo studio e il nuovo shop.

Si siede alla scrivania del piccolo ufficio, davanti allo smartphone silenziato



che non smette di lampeggiare e rivela: «mi piacerebbe gestire un caffè storico». Chiariamo: se l'inventore (insieme con Roberto Artusio, Alessandro Procoli e Antonio Parlapiano) del "Jerry Thomas Project", il brand che ha introdotto nel bartending italiano la formula (fortunatissima) dello *speakeasy*, identifica nel rilancio della tradizione, nel recupero dei grandi bar storici la nuova frontiera, il prossimo trend, c'è da scommetterci. Sicuro.

Ci ha visto lungo già con il Jerry Thomas, primo Speakeasy italiano, nato come laboratorio per il dopo lavoro dei bartender, oggi pluripremiato cocktail bar riconosciuto come uno dei punti di riferimento della mixology internazionale e con il Jerry Thomas Studio, centro di formazione che ha dato il via alla rinascita della mixology italiana con studenti che arrivano da tutta Italia.



«Era il 2010 – racconta Leuci – da un anno ero rientrato in Italia convinto più che mai che il ruolo del barman italiano fosse pronto per una svolta». In che senso? «Pensiamo agli inglesi. Al centro del loro lavoro c'è sempre e solo il cliente, la soddisfazione del pubblico è l'obiettivo. In Italia accade il contrario: il barman pensa solo a se stesso e, quasi sempre, si sente un re. Sostanzialmente, c'è troppa ignoranza. Ma ci rendiamo conto? Lavorano nell'ospitalità e non conoscono le lingue».

Torniamo a Roma, il Jerry Thomas ha fatto scuola. «Abbiamo riportato l'attenzione intorno alla figura del bartender, vero e proprio artigiano del buon bere, professionista e non intrattenitore». Lo speakeasy, però, come formula, ha fatto ormai il suo tempo. «Vero. Siamo nella fase discendente della parabola. Resiste





però il trend del ritorno alla tradizione, del concetto di bar come luogo di convivialità e scambio. In questo senso immagino il recupero dei bar storici». Pronto per l'apertura? «Senza fretta. Per il momento stiamo lavorando a un posto, a Roma, da riportare in auge».

Intanto inaugura il "Jerry Thomas Emporium", flagship store del "Vermouth del Professore" che ci riporta a un'altra fortunata intuizione, il Vermouth. «Un'idea che viene da lontano. Già nel 1999

mi chiedevo se fosse possibile che esistesse un solo Vermouth. In fondo era pur sempre uno degli ingredienti fondamentali della miscelazione, tristemente abbandonato. Così quando aprimmo il "Jerry Thomas Speakeasy" pensammo a ricercare sul territorio i produttori di Vermouth, l'alternativa ai grandi come Cinzano e Martini, Carpano e Cocchi. L'incontro con Federico Ricatto e Carlo Quaglia segna la svolta. Cominciamo a sperimentare: volevamo ricreare un Ver-



mouth classico simile il più possibile a quello che veniva esportato in America quando la miscelazione cominciava ad affermarsi».

Alla ricerca del Vermouth perduto? «Esatto. Nel 2010 viene fuori la formula: 30 litri di quello che poi chiameremo "Vermouth del Professore". Un aperitivo artigianale, nato dalla collaborazione tra Jerry Thomas Project e l'Antica distilleria Quaglia oggi esportato in otto paesi del mondo, disponibile nell'Emporium, il





piccolo shop al civico 16 di Vicolo Cellini (di fronte allo Speakeasy) insieme ad altri liquori artigianali e limited release di Rum, Gin e liquori, creati in collaborazione con i ragazzi del Jerry Thomas, oltre

ai libri sul mondo del bartending e ai tools professionali per il bartender».

Non solo Vermouth. C'è anche il Mezcal nell'orizzonte di Leuci&C. «Si chiama "La Punta" ed è un progetto, curato in particolare da Roberto Artusio che ha una passione specia-

le per il Messico, con un percorso simile a quello del Vermouth. L'idea è quella di valorizzare il Mezcal attraverso la tutela e la salvaguardia dei piccoli produttori

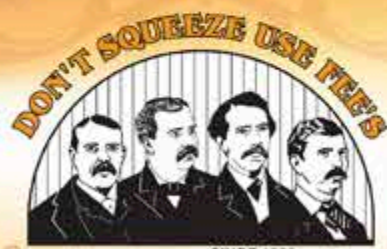
che rischiano l'estinzione. In altri termini, non vogliamo comprare il Mezcal a 1 euro per poi rivenderlo a 50, sistema che sta privando i produttori della materia prima allontanandoli dalle pratiche tradizionali».

E quindi? «Sosterremo progetti per il sostentamento di quelle piccole realtà, per esempio la costruzione di pozzi per i piccoli villaggi di mezcaleros, pagando il prodotto molto di più del consueto per non corrompere il processo produttivo».

Qual è il ritorno? «Un Mezcal autentico, un prodotto unico che abbiamo solo noi e che senza il nostro contributo non arriverebbe mai in Europa. In fondo anche nella mixology sta accadendo quello che succede ormai nel food. Una forma di lusso consapevole, a prescindere dal costo. Con l'obiettivo di rendere il mercato sempre più consapevole». Bien, anzi andale.

Melania Guida

Il "Vermouth del Professore", è un aperitivo artigianale nato in collaborazione con l'Antica Distilleria Quaglia



SINCE 1863

Fee Brothers

BITTERS *Your Spice Rack Behind the Bar*

Importato da Compagnia dei Caraibi s.r.l. BEVI RESPONSABILMENTE



IL MARTINI DEL DUKES

Quello di Ian Fleming,
lo stesso di James Bond

DI LUCA RAPETTI

«**S**haken, not stirred!». Associata alla figura di James Bond, icona di stile e savoir faire creata dalla narrativa di Ian Fleming, è una delle frasi più celebri del cinema capace di media-

re su scala mondiale la diffusione del Martini Cocktail.

Il concetto di Martini Cocktail collegato alla figura di James Bond è l'arma vincente del bar di uno degli hotel più rinomati di Londra, il Dukes, situato a



DUKES TEAM

QUI SOPRA
ALESSANDRO
PALAZZI E I
BARTENDER DEL
PRESTIGIOSO
HOTEL:
MAURIZIO
SCHIAVONE,
ANTONIO LO
IACONO, ENRICO
CHIAPPINI E
MARIANTONIETTA
VARAMO.

pochi passi da St. James Street, nota per i suoi pregiati negozi di sartoria in puro stile inglese, e sede di storiche attività commerciali quali Berry Bros.&Rudd e Justerini&Brooks. Ciò che caratterizza questo luxury hotel è la location, 35 St. James's Place. L'ingresso è tutt'altro che appariscente, e questo lo rende ancora più interessante e attraente.

Alla guida del Dukes Bar vi è Alessandro Palazzi. Supportato da un team rigorosamente italiano, composto da Maurizio Schiavone, Antonio Lo Iacono, Enrico Chiappini e Mariantonietta Varamo, prima barlady nella storia centenaria di questo hotel, Palazzi continua una tradizione che prosegue da 40 anni.

Dietro il piccolo banco bar del Dukes,

dal 1975 a oggi, si sono succeduti nomi italiani che hanno fatto la storia del bartending a Londra. Giuliano Morandin arrivò nel 1975 e vi rimase sino al 1982, quando gli venne offerto di guidare il bar del Dorchester e dove ancora oggi lo ritroviamo. Gilberto Preti e Salvatore Calabrese gli succedettero e furono loro ad avere l'intuizione del "Martini Trolley". Questo nuovo modo di servire il Martini cocktail acquisì rapidamente fama e ben presto fu copiato in molti altri prestigiosi cocktail bar del mondo. Fu poi compito di Tony Micelotta, bar manager in carica nei primi anni del nuovo millennio, portare avanti e perfezionare questo ritual del Martini cocktail, per poi passare le consegne ad Alessandro Palazzi nel 2007.



Oggi al Dukes Bar vengono serviti mediamente 350 Martini al giorno. Quali sono i motivi di tutto questo successo e cosa rende ancora oggi questo Martini così speciale? Come ci ricorda Palazzi «Il nostro mestiere consiste soprattutto nel riadattare e reinventare qualcosa che già esiste». Proprio quello che fecero Gilberto Preti e Salvatore Calabrese reinventando un nuovo modo di preparare e servire un drink, riadattandolo al luogo in cui si trovavano.

Recandosi al Dukes Bar si attraversano immediatamente le due piccole salette antistanti il banco bar e, dopo di questo, si trova una terza sala, la più capiente. Negli anni '80 quest'ultima non era parte del bar e ciò limitava considerevolmente la disponibilità di posti a sedere. Furono gli anni in cui il Dukes Bar decise di adattare al bar il concetto di gueridon, al tempo molto utilizzato

nei ristoranti italiani e francesi, per preparare e servire direttamente davanti al cliente il Martini cocktail, rigorosamente con twist di limone. Se si chiedeva con oliva, Preti replicava all'istante «olive... is on the side» malcelando, comunque elegantemente, un lieve tono di disappunto.

L'esecuzione del cocktail richiedeva almeno un paio di minuti in più. Si decise di stoccare in un congelatore le bottiglie di Gin e Vodka maggiormente richieste per il Martini Cocktail. L'intuizione finale: in una coppetta cocktail, anch'essa tenuta in congelatore, si mescevano alcune gocce di Vermouth e il distillato desiderato, e si terminava con un lemon twist. Il risultato fu un cocktail che indubbiamente mancava di diluizione, ma che sedusse in breve tempo i palati del pubblico del Duke's.

Il successo crebbe soprattutto tra i



clienti provenienti dagli Stati Uniti e dal Canada. Era un tempo in cui il Martini era un drink consumato da una fascia elitaria ben delineata, e spesso, ordinando un Martini in un qualsiasi pub si riceveva un drink di qualità assai inferiore rispetto alle aspettative, magari servito in bicchiere diverso e non alla corretta temperatura.



Con l'introduzione di questo nuovo concetto di Trolley-Martini, Preti e Calabrese avevano così modo di mostrare la loro conoscenza tecnica e merceologica di fronte al cliente, quasi affermando «noi sappiamo cosa vuol dire preparare un Martini» e instaurando così un rapporto di fiducia col cliente. Oggi Palazzi e il suo team attraversano ancora senza sosta le tre sale del Dukes Bar, dispensando

Martini e ottimo servizio a un ritmo veramente elevato.

Le innovazioni hanno rafforzato e ulteriormente accresciuto la fama del Martini servito al Dukes. In particolare l'utilizzo assoluto di limoni di Amalfi, che la qualità aromatica rende tra i più pregiati al mondo. La sua presenza, sotto forma di oli essenziali presenti sulla superficie del cocktail, esalta la freschezza

stessa del drink e dona una sottile nota quasi floreale, che attenua il tenore alcolico del drink. Altra particolarità del Dukes Martini è l'utilizzo di Sacred Vermouth, primo Vermouth prodotto in UK, composto da botaniche rigorosamente locali e da vino anch'esso prodotto in Inghilterra. Attualmente si utilizza una versione Extra Dry appositamente el-



borata per il Dukes Bar. In questo caso il botanical è ancora composto da 16 erbe e spezie locali, ma il vino base è un tipo italiano non molto popolare ma sicuramente caro a Palazzi per le sue origini: il Pecorino marchigiano.

Uno dei concetti che Palazzi tiene a precisare è che «il menù di un bar deve

risultare di facile lettura e interpretazione, non deve contenere un numero eccessivo di pagine ricche di descrizioni, altrimenti non si fa altro che confondere il cliente». Questo concetto è alla base della drink list del Dukes. Sostenendo che il passato contin

continua a insegnare ancora oggi qualcosa che possa essere spunto per nuove idee, Palazzi ha deciso di dedicare una pagina iniziale a drink classici quali Bull Shot, Mai Tai, Silver Jubilee. Segue poi ciò che distingue il Dukes Bar, ovvero la selezione di Martini ispirati e dedicati

alla vita di Ian Fleming. Esiste da sempre una stretta connessione tra il Dukes Hotel e Ian Fleming, creatore dell'agente segreto romanzato più famoso di sempre.

St. James Street rappresenta una delle zone più affascinanti e importanti di Londra. Situato tra Green Park e St. James Park, oltre che ospitare un notevole numero di esercizi commerciali di alto livello, sartorie, profumerie, wine shop, la strada è anche a pochi passi dalle sedi governative, in particolare la sede dell'Ammiragliato della Royal Navy. Leggendo la biografia di Ian Lancaster Fleming si colgono istantaneamente numerose vicende legate alla propria vita che lo scrittore volle trasferire al suo alter ego romanzato. Tra queste la data di nascita di Fleming, il 1908, corrisponde all'anno in cui il Dukes venne convertito da residenza privata a hotel inizialmente suddiviso in 40 camere e la restante parte dedicata ad appartamenti privati. Questa data è incisa su una piccola piastra metallica commemorativa apposta sul Martinis Trolley, "Dukes Bar 1908".

Nipote di Robert Fleming, noto ven-

*Una drink list
semplice,
di facile lettura
quella del
Dukes. Per
non confondere
il cliente*



ditore scozzese di Dundee che aprì una sua società finanziaria con base a Londra, il giovane Fleming si trovò coinvolto nel campo finanziario. Nel maggio 1939, mentre lavorava come partner per lo studio finanziario Rowe & Pitman, Fleming venne invitato a recarsi presso il Carlton Grill, sito all'angolo tra Pall Mall e Haymarket. Qui avrebbe incontrato l'Ammiraglio John Godfrey, direttore del Naval Intelligence. Venne così reclutato al servizio dell'apparato come assistente personale dell'Ammiraglio. Dovendo mantenere comunque una copertura, nei mesi di giugno e luglio era solito lavorare di mattina presso lo studio finanziario, nel pomeriggio si recava presso la sede dell'Ammiragliato e nella famosa Room

39 incontrava Godfrey.

Da gentiluomo qual era trascorreva anche molto tempo nei vari private club che affollavano l'area. Tra questi il White's Club, il più antico e ancora oggi in attività, e il Boodle's, noto anche per il suo Boodle's Gin. Fu probabilmente qui che Fleming ebbe le sue prime esperienze con il Gin, identità storica dello stile inglese e che rappresenta la base fondamentale del Martini Cocktail di James Bond per eccellenza: il Vesper Martini.

Nel periodo compreso tra il 1946 e il 1964, anno della sua scomparsa dovuta soprattutto al consumo eccessivo di tabacco e alcolici, Ian Fleming soggiornò in Jamaica e più precisamente a Goldeneye. Aveva ottenuto un permesso

STORIA
SOPRA ALCUNI
INTERNI DEL
DUKE'S.
A SINISTRA
IAN FLEMING.

WESPER

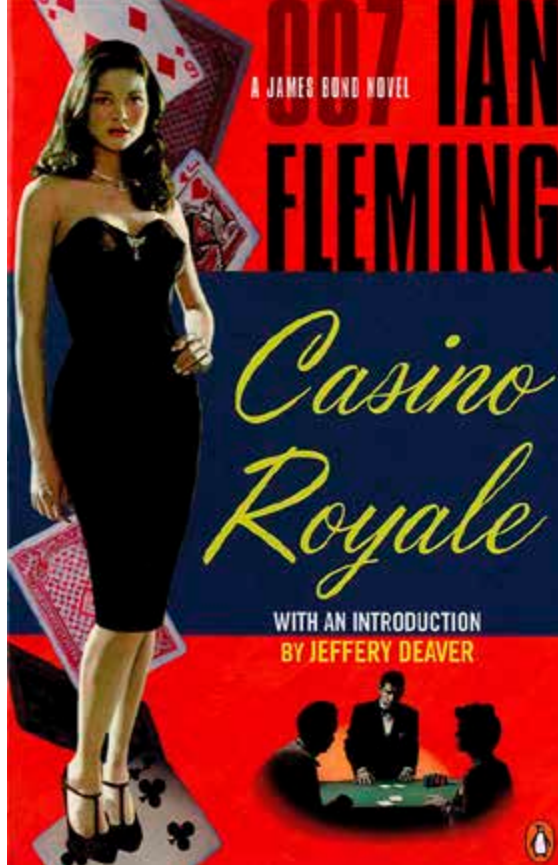


particolare che gli permetteva di recarsi ogni anno e rimanere nei mesi di gennaio e febbraio. Fu proprio qui che compose numerose avventure di James Bond. Il nome del suo personaggio gli venne da un libro che era solito avere sul tavolino dove consumava la colazione, "Birds of West Indies" scritto da James Bond. Perché questo nome? A detta di Fleming, sarebbe stato semplice da ricordare per il lettore.

Nel 1953 venne pubblicato il primo romanzo, "Casino Royale", edito dalla Jonathan Cape Ltd di Londra, che trae ispirazione da una missione che Fleming affrontò con l'Ammiraglio Godfrey. Durante una breve sosta a Lisbona, prima di partire alla volta degli Stati Uniti per scopi diplomatici, soggiornarono all'Aviz Hotel e di sera si spostarono al Casinò di Estoril. A pagina 42 del libro si legge di quando Bond incontra Felix Leiter al casinò e ordina il suo Martini: «Un dry martini. Uno. In una coppa da champagne. Tre parti di Gordon's, una di Vodka, mezza parte di Kina Lillet. Shakerarlo finché non è ben ghiacciato e aggiunge-



re una fettina larga e sottile di buccia di limone». Solo in alcuni dialoghi successivi con Vesper Lynd, l'agente segreto incaricato di assistere Bond al tavolo da gioco contro Le Chiffre, Bond chiederà all'affascinante donna di poter nominare il suo cocktail The Vesper. Semplice da ricordare, attraente e con un significato ben preciso: il suo nome deriva dal ter-



mine latino “vesper” che indica appunto quel momento della giornata in cui cala la sera, ma non è ancora buio.

Questa sensazione di ambiguità ed evoluzione di più aromi si rispecchia perfettamente nel drink stesso. La teoria di Palazzi è la seguente: le 3 dosi di Gin, specificando Gordon's (che in quel periodo era il Gin-brand più conosciuto e commercializzato), rappresentano l'abilità e preparazione dei Servizi Segreti britannici, 3 volte più forti di quelli russi, rappresentati dalla Vodka, e 3 volte e mezza più forti ancora di quelli francesi. Teoria indubbiamente affascinante e probabilmente vera. Resta sicuramente il fatto che con questa ricetta Fleming divulgò a Londra la Vodka che era un prodotto ancora poco conosciuto nella capitale.

La prima esperienza di Fleming con la Vodka avvenne nel 1933 quando si recò in Russia in qualità di giornalista per seguire un presunto sabotaggio operato da ingegneri britannici. Soggiornò a Mosca, presso il National Hotel, dove al bar ebbe occasione di assaggiare questo di-

stillato. Siccome la qualità della Vodka destinata al popolo era notevolmente inferiore rispetto a quella riservata alle fasce alte della società, gli venne suggerito di degustarla aggiungendo un pizzico di pepe in modo da trattenerne le impurità. Questa sorta di ritual lo ritroviamo anche in una scena del film “Moonraker” dove Bond, presso il Blades Club, consuma Vodka nella maniera descritta.

Infine, in quantità minima ma pur sempre fondamentale per il gusto finale del cocktail, troviamo il Kina Lillet. Aperitivo francese a base di vino, prodotto a Podensac nella regione del Graves sin dal 1872, oggi giorno non è più in produzione avendo lasciato il posto agli attuali Lillet Blanc, Amber e Rouge. Ciò che lo differenziava dagli attuali Lillet, come anche suggerisce il nome, era la presenza di corteccia di China proveniente dal Sud America. Il twist di limone non solo dona freschezza, grazie ai suoi oli essenziali presenti sulla superficie del cocktail, ma contribuisce inoltre ad accentuare quella leggera nota dorata del drink conferendogli un aspetto elegante.



Sicuramente elegante e affascinante, così come Bond, fu anche Ian Fleming. La drink list del Dukes lo celebra attraverso creazioni quali Room 39, Evensong, Le Chiffre, che costituiscono una sorta di liquid novel. Uno tra tutti richiese una certa attenzione e quasi un mese di prove di bilanciamento tra i vari ingredienti. Fleming 89 potrebbe suonare come il nome di un profumo a lui dedicato e in effetti l'ispirazione viene proprio da un profumo, il Floris 89. Situato in Jermyn Street, strada ricca di negozi di sartoria da uomo di alta qualità, la profumeria Floris 89 è una delle più antiche e rinomate di Londra, in attività dal 1730, e presso la quale Fleming era solito acquistare il suo profumo.

Nato dalla diretta collaborazione tra Palazzi e la profumeria, il drink presenta Stolichnaya Vodka come base alcolica, a cui si aggiungono Mozart Chocolate Bitter, Rose Liqueur, Vodka infusa con

fave di Tonka e Sacred Dukes Exclusive Amber Vermouth. La presenza di Mozart Chocolate Bitter, prodotto in Austria, vuole ricordare l'esperienza di giovanile di Fleming a Kitzbuhel. Il Rose Liqueur è prodotto utilizzando petali di rosa forniti da Fortnum & Mason, storico negozio di generi alimentari, specializzato in tè e infusi, dove lo scrittore era solito recarsi per i suoi acquisti.

Ciò che Ian Fleming, attraverso il suo personaggio che ha appassionato generazioni intere, è riuscito a fare, non è il suggerimento di una ricetta, bensì una lezione di marketing che è sempre valida. Per una ricetta di successo serve un nome semplice da ricordare, che attragga l'attenzione del pubblico, e a cui sia connessa una storia, in modo da imprimerla nella mente del pubblico. Lo stesso concetto che in modo esemplare Alessandro Palazzi e il suo team portano avanti.

Luca Rapetti



Portobello Road Gin evita scrupolosamente l'utilizzo di ingredienti strani e insoliti, a favore di un blend genuino di soli nove classici botanicals.

Al palato Portobello Road Gin ha un generoso aroma di ginepro e un persistente carattere fresco di agrumi, che attraverso l'uso della noce moscata si sviluppa in un finale caldo e pepato.



The Finest Address in Gin

Distribuito da Onestigroup S.p.A.
www.onestigroup.com

AMERICAN GIN CRAZE

Il fenomeno dei “Craft Gin” orienta la bussola della qualità

DI DARIO D'AVINO

La vita e il lavoro di Bill Owens e la nascita dell'American Distilling Institute, maggiore organizzazione indipendente degli Stati Uniti di piccoli distillatori, non ha interessato solo il fenomeno “Craft Spirits” coniugato al mondo dei Whisky/Whiskey. In ADI, tra gli oltre 750 piccoli distillatori aderenti ve ne sono molti attivi nella produzione di Gin.

Come sappiamo il mondo del Gin, e per estensione del ginepro, vive un momento di grande rinascita e popolarità

coinvolgendo sempre più un pubblico che spazia dal semplice appassionato fino al più istruito operatore di settore in quella che è stata definita come una vera e nuova “Gin Craze”. In tutto ciò la cocktail renaissance è stata un forte volano che ha attratto l'attenzione di quel craft bartending sempre alla ricerca di un'esclusività che spesso non è rintracciabile nelle grandi produzioni.

Gli Stati Uniti, e il continente americano tutto, non potevano rimanere fuori da questo fenomeno. Proprio da quel mercato arrivano proposte e innovazioni estremamente interessanti che hanno dato vita a un segmento fortemente caratterizzante e a una produzione definibile proprio come “American Gin”. Tra questi fattori, non ultimo, una diversa composizione dell'acqua tonica che non può contenere la stessa concentrazione di chinino (max 83 ppm) che in Europa, e un continuo ricorso a materie prime assolutamente organiche. Ciò è stabilito e imposto dalla Food and Drug Administration.

I microdistillatori made in USA, ormai una galassia, hanno a loro volta apportato le loro storie, tecniche, esperienza e passione. Sono persone che racchiudono in sé, oltre a una grande esperien-



za sul campo, fatta di continue prove e tentativi per raggiungere il massimo, una forte etica del lavoro e una instancabile motivazione personale. A volte si tratta di realtà in cui è il modello di business a essere un po' superficiale, o la rete vendita a essere inconsistente, ma saremo sempre e in ogni caso di fronte a persone che fanno qualcosa che amano e che curano in ogni dettaglio. Tutto è tracciato, ogni singola materia prima è frutto di una specifica scelta di eccellenza e proviene da persone che condividono gli stessi valori e lo stesso percorso di attenzione e

dedizione. È così che noi intendiamo leggere il fenomeno dei "Craft Gin", come un mondo in costante evoluzione al servizio del prodotto che tiene salda la bussola del movimento dei piccoli distillatori: la qualità.

Confezionati con eleganti packaging i Gin americani sposano antiche tradizioni con nuove tendenze e ingredienti organici che a volte indicano stranezze nelle scelte dei botanical, ma con un'artigianalità che li ha portati a competere con prodotti molto più redditizi come i brown spirit invecchiati.

KOVAL DISTILLERY

Koval Dry Gin

Dopo anni passati a realizzare alcuni tra i Whiskey più significativi nel mondo delle microdistillerie, nel 2014 Robert e Sonat Birnecker, di Koval Distillery in Chicago, si sono sentiti pronti per intraprendere una nuova sfida impegnativa e faticosa: produrre un Gin d'eccellenza utilizzando solo materie prime organiche e biologiche certificate dalla Midwestern Organic Services Association. Ed è proprio con questo spirito e questa voglia d'avventura che Sonnat ha dichiarato: «Craft can be different. Different in business model. Different in product. Craft is a way to be creative» (i produttori artigianali possono essere differenti. Essere differenti nel modello di business. Essere differenti nei prodotti. Le produzioni artigianali sono un modo per essere creativi). Koval Dry Gin si distingue già per la scelta dell'alcol di partenza che è esclusivamente il "White Rye Grain Spirit" (altro prodotto di casa Koval) lavorato con ginepro e un insieme di botaniche tra cui grani del paradiso, rosa canina, radice di angelica, coriandolo e fiori selvatici. Il risultato è un Gin secco e piuttosto deciso che non rinuncia però a delle sfumature di gusto fresche e balsamiche con un accenno interessante di note floreali. Da notare come l'estrema attenzione ai dettagli in casa Koval si rifletta anche nell'etichetta del Koval Dry Gin. Questa è stampata con tecniche innovative, processi produttivi ecologici e l'impiego di un particolare tipo di carta al cui interno sono inserite lamine d'oro. L'etichetta è stata premiata alla Graphic Design USA American Package Design Competition. Il prodotto è presente sul mercato italiano e importato da Pellegrini SpA. 47% ABV



EAU CLAIRE DISTILLERY

Parlour Gin

Christmas Gin

In Canada, nella ricca provincia di Alberta e più precisamente nella Turner Valley, a pochi chilometri da Calgary lungo la Cowboy Trail, in un bellissimo edificio di fine anni '20, già sede del Turner Valley Movie Theatre and Dance Hall, opera la Eau Claire Distillery. Fondata da David Farran e Larry Kerwin, la Eau Claire Distillery sin da subito si è prefissa come obiettivo quello di valorizzare, attraverso i loro prodotti,



le eccellenze di una terra tradizionalmente votata all'agricoltura, specialmente quella cerealicola, ma che storicamente ha sempre visto le proprie eccellenze destinate alle esportazioni. Fin da subito David e Larry, attraverso una serie di accordi con i produttori locali, si sono procurati le migliori materie prime arrivando a stabilire regole molto rigide per selezionare i fornitori e spingendosi fino al punto da esigere che per alcune edizioni limitate dei loro prodotti i cereali fossero raccolti senza l'ausilio di mezzi a motore, con il solo impiego di cavalli. Per questa attenzione estrema la Eau Claire Distillery si fregia del motto "from farm to glass". Elemento centrale del lavoro di David e Larry è sicuramente il Parlour Gin. Un London Dry Gin secco e deciso, con una solida impronta data dalla massiccia presenza del ginepro esaltato e arricchito da un mix di botaniche molto particolari che vede la presenza della bacca di Saskatoon (Amelanchier alnifolia), della rosa canina, del coriandolo, della scorza di limone e di arancia oltre che della menta. Al palato risulta essere asciutto, deciso, aromatico, senza però sorprendere per una freschezza che lo rende nel complesso armonico e piacevole. Da segnalare che nella proposta commerciale della Eau Claire Distillery vi è la presenza di un Gin in edizione "stagionale" prodotto solo in occasione del Natale: il Christmas Gin. L'idea, curiosa e originale è quella di produrre un Gin che avesse all'interno i doni tradizionalmente associati ai Re Magi e così, scartato l'oro, ritenuto scarsamente digeribile, il ginepro si vede affiancare unicamente da incenso e mirra andando così a comporre un insieme di sole tre botaniche in grado di donare al Christmas Gin un sapore unico, balsamico, potente e resinoso. Parlour Gin e Christmas Gin dichiarano 40% abv.

1769 DISTILLERY

Madison Park London Dry Gin.

«Quando mio marito mi disse che era intenzionato ad aprire una distilleria pensai che fosse nel bel mezzo di una crisi di mezza età e che avesse perso la testa!». È così che Maureen David, attuale presidente della 1769 Distillery e moglie di Andrew Mikus, ricorda gli inizi della loro avventura. Conosciutisi negli anni '80, entrambi provenienti dal mondo della televisione, in una svolta inaspettata della loro vita Andrew e Maureen si lasciarono tutto alle spalle per fondare, nel distretto industriale di Verdun della città di Montreal (Québec), la 1769 Distillery. Il nome non fu scelto a caso e testimonia un forte legame con la storia del Quebec e con le sue tradizioni: il 1796 fu l'anno in cui fu fondata la prima distilleria del Québec che produceva Rum da melassa importata via mare dalle navi inglesi provenienti dal centro America. Il tratto caratterizzante dell'operato di questa coppia di intraprendenti imprenditori è il forte, storico ed orgoglioso senso di vicinanza alle proprie origini ed alla propria città. Maureen e David hanno stabilito sin da subito standard di qualità altissimi per i propri prodotti. Solo ingredienti naturali, solo piccoli lotti e tutta l'intera filiera produttiva seguita direttamente da Andrew Mikus nei panni di Master Distiller, oltre che di Vicepresidente dell'azienda. Prodotto di punta della 1769 Distillery è il Madison Park London Dry Gin; realizzato seguendo una ricetta classica, il ginepro è il vero protagonista, accompagnato da scorza di limone, fiori d'arancio e da un botanical di altre nove tra erbe e spezie non dichiarate. Il risultato è un Gin molto pulito e aromatico, ben bilanciato, non eccessivamente secco, con un finale armonico e non invasivo. La passione e la qualità vengono sempre premiate, e infatti il Madison Park London Dry Gin è stato insignito del premio "Best of Category", di quello "Best of Class", e di una medaglia d'oro durante la ADI 2015 Spirits Competition. Madison Park London Dry Gin dichiara 40% abv.



COPPERWORKS DISTILLING COMPANY

Copperworks Gin

Copperworks New Barrel Gin

Due amici e un'innata passione per il mondo delle produzioni artigianali. È così che comincia la storia di Jason Parker e di Micah Nutt. Entrambi provenienti dal mondo birraio, con pregresse esperienze lavorative di tutto rispetto, e un'amicizia che li accomuna da oltre vent'anni, decisero di dare vita alla Copperworks Distilling Company per realizzare il sogno da lungo tempo inseguito di fondare una propria distilleria.



Nel cuore di Seattle, loro città natale, trova la sede la Copperworks Distilling Company, che oltre a ospitare tutta la fase di lavorazione e distillazione, offre anche un'interessante "tasting room" aperta ai visitatori e agli appassionati, oltre che uno shop e uno spazio bar. L'obiettivo di partenza era quello di indirizzare la produzione verso il mondo del Whiskey (il primo lotto dovrebbe essere pronto per l'estate 2016), ma presto la voglia di sperimentare e di mettere alla prova le loro capacità li portò a cimentarsi anche con il Gin. Per fare questo si dotarono di uno specifico alambicco discontinuo in rame, prodotto in Scozia e appositamente studiato sia nelle forme che nella dimensione per la produzione di Gin. E fu subito successo.

Il Copperworks Gin viene prodotto a partire da un distillato di orzo maltato coltivato nello stato di Washington e utilizzando una combinazione di ginepro e altre nove botaniche. Il Gin risulta intenso e ben bilanciato, tanto da farsi rapidamente spazio nelle preferenze degli appassionati e da conquistarsi una

medaglia d'oro alla World Spirits Competition di Ginevra del 2014. Ma l'intraprendenza, la curiosità e la passione di Jason e Micah non sono facili da soddisfare e così, dopo svariati esperimenti, è nato anche il Copperworks New Barrel Gin, prodotto invecchiando per circa tre mesi il loro Gin in botti nuove di rovere americano (le stesse botti utilizzate per l'invecchiamento del Whiskey). Il risultato è un Gin in cui le note aromatiche del ginepro ne escono decisamente ammorbidite, a vantaggio della cannella, del coriandolo e di note floreali che sposano le caratteristiche note di vaniglia e caramello donate dall'invecchiamento in rovere. Segnaliamo che la Copperworks Distilling Company nel corso delle sue sperimentazioni ha rilasciato edizioni limitatissime, e per questo piuttosto rare, di affinamenti di Gin in botti di svariato genere, tra cui ex-Mezcal ex-Rum e un particolarissimo affinamento in una botte che aveva contenuto del Bradley's Kina Tonic Syrup, uno sciroppo tonico a base di chinino. I due Gin di questa distilleria, Copperworks Gin e Copperworks New Barrel Gin, sono prodotti rispettivamente a 47% abv e 50% abv.

VALENTINE DISTILLING CO.

Liberator Small Batch Gin

Liberator Old Tom Gin

Nel Febbraio del 2008, a Detroit Michigan, apre i battenti la Valentine Distilling Co. a opera di Rifino Valentine che, dopo avere trascorso 11 anni a New York lavorando a Wall Street, in un ambiente competitivo e stressante fino allo stremo, decise di fare un passo indietro ribellandosi alla logica della massimizzazione degli utili per dedicarsi a un solo e basilare concetto: la qualità. Valentine vuole imporre la qualità, ma vuole trasformarla anche in un concetto economicamente sostenibile su larga scala. Comincia così a rifornirsi di materie prime esclusivamente da produttori del Michigan, ad assumere unicamente personale locale e cerca inizialmente proprio nel Michigan il suo mercato di riferimento. I successi e i riconoscimenti non tardano ad arrivare e danno la possibilità alla Valentine Distilling Co. di sviluppare una piccola gamma di prodotti tra cui spicca per qualità il Liberator Small Batch Gin. L'idea di Valentine nella produzione del Gin era quella di ottenere un distillato che oltre alle note iniziali di ginepro sapesse colpire in tutta la sua evoluzione. Per questo il Liberator Small Batch Gin si avvale di nove differenti botaniche, oltre alle bacche di ginepro, le cui tecniche e tempi di macerazione variano a una a una a seconda delle singole peculiarità organolettiche. Il risultato è un Gin chiaro, pulito, da sapori ben definiti di ginepro, anice, pepe rosa oltre che note più eleganti di cannella, cardamomo e miele. Infine il nome Liberator deriva dal nome del bombardiere B-24 Liberator, prodotto a Detroit durante la seconda guerra mondiale. Un nome che accomuna anche il secondo prodotto della casa: un Gin invecchiato in botti di rovere americano per circa due anni, a cui lo stesso Rifino Valentine ha voluto dare il nome Old Tom Gin senza riferimento alcuno alla specifica categoria. Siamo di fronte a un Gin in cui il ginepro risulta ben bilanciato da note delicate conferite dall'invecchiamento, vaniglia, pepe bianco e cannella, e in cui si avverte la presenza di una certa nota balsamica di pino oltre che sentori di coriandolo, cardamomo e scorze di agrumi. Liberator Small Batch Gin 42% abv e Liberator Old Tom Gin 45,2% abv sono entrambi presenti sul mercato italiano.



CAPTIVE SPIRITS DISTILLING

Big Gin

Bourbon Barreled Big Gin

«Ci ho scommesso tutto. I risparmi di una intera vita sono investiti attualmente in questa distilleria!». È così che Ben Capdevielle, terza generazione di distillatori, si presenta e illustra il progetto alle spalle della Captive Spirits Distilling, aperta nel 2012 con la moglie Holly Robinson e i due soci Todd Leabman e Erica Goodkind, con sede in una zona periferica e residenziale di Seattle. Il motore dell'operazione

è il Gin, da curare in ogni dettaglio, da declinare in ogni possibile variante, da studiare, da approfondire, da innovare sempre al massimo delle possibilità. Per l'alcol di base la Captive afferma di ricorrere a un produttore esterno, con precisa scelta qualitativa, data l'impossibilità di produrre in sede un alcol con le caratteristiche ricercate. La scelta delle botaniche, estremamente precisa e un po' in controtendenza, si concentra sull'acquisto da nove singoli produttori sparsi in tutto il mondo pur di ottenere il massimo livello di qualità possibile da ogni singolo ingrediente. Ginepro, arancia amara, coriandolo, angelica, cassia, grani del paradiso, pepe della Tasmania, cardamomo e iris compongono il botanical di Big Gin. Una volta macerati, infusi ed estratti tutti i sapori secondo varie tecniche, Ben Capdevielle procede personalmente alla distillazione utilizzando alambicchi discontinui da 100 galloni in rame prodotti dalla Vendome.

Big Gin al palato è pulito, con una nota sorprendentemente potente di ginepro, lunga e avvolgente che perdura anche nel finale e che lascia piacevolmente

appagati, con le note floreali e citriche a fare da contorno. Per commentare il suo Big Gin, Ben Capdevielle dichiarò: «No flowers or cucumbers were ever harmed in the making of Big Gin». E dopo tutto questo impegno nel creare un prodotto così unico e affascinante, alla Captive Spirits Distilling non potevano non sperimentare come Big Gin si evolvesse in botte; la risposta è Bourbon Barreled Big Gin. Invecchiato 6 mesi in botti usate una sola volta per i Bourbon di Heaven Hill Distilleries, il Bourbon Barreled Big Gin conserva la sua nota distintiva di ginepro, ma la bilancia in modo armonioso con i sentori di vaniglia e di tostato tipici dell'invecchiamento, andando a restituire al palato un bilanciamento estremamente affascinante. Attualmente si ha notizia che alla Captive Spirits Distilling stiano lavorando a tre nuove declinazioni del Big Gin, Peated, Sloe, e Barrel Reserve. Non resta che aspettare. Big Gin e il fratello Bourbon Barreled Big Gin, entrambi a 47% abv sono presenti sul mercato italiano.

Dario D'Avino



AMERICAN TUXEDO di Andrea Brulatti Beaufort Bar at Savoy - London

INGREDIENTI

- 45ml Parlour Gin
- 15ml Napa Valley Chardonnay
- 7.5 ml sciroppo di lamponi
- 2.5ml Maraschino Luxardo.
- 5 gocce bitter al pompelmo Fee Brothers

Tecnica: stirred. Glass: coppetta.
Guarnizione: zest di pompelmo.



SPEZIALE di Luca Rapetti The Library Bar at The Lanesborough Hotel London

INGREDIENTI

- 50 ml Christmas Gin
- 25 ml Campari infuso con chicchi di caffè
- 20 ml Domaine de Canton Ginger Liqueur
- 15 ml succo di pompelmo rosa

Tecnica: shaker Glass: coppetta
Guarnizione: foglie di kaffir lime e rametto di lavanda.

* Infusione x 50 ml di Campari: 3 chicchi di caffè spezzati a metà, lasciare in infusione nel Campari per 20 minuti, filtrare



SaAIKO NO di Marco Corallo Ray's Bar at Jumeirah Etihad Towers - Abu Dhabi

INGREDIENTI

- 45ml Madison Park Gin
- 15ml green tea-honey syrup
- 30ml succo di lime
- 20ml liquore Yuzu lichiko Bar
- 5ml St Germain

Tecnica: shake and strain. Glass: coppetta. Guarnizione: scorza di lime.



BLACK MARKET di Luigi Iafrate Caffè Martino - Isola del Liri (FR)

INGREDIENTI

- 45 ml Big Gin
- 15 ml sciroppo cannella/chiodi di garofano
- 15 ml succo di lime
- 15 ml liquore Strega
- velluto di cioccolato e peperoncino*

Tecnica: shaker. Glass: coppetta. Guarnizione: no.

*Per il velluto: 20 ml di liquore al cioccolato, 15 ml Vodka, 1 bsp punta di emulsionante, una spruzzata di peperoncino, sale qb



BEE MINE di Riccardo Semeria The Fumoir Bar - Claridge's - Londra

INGREDIENTI

- 45ml Copperworks new Barrel Gin
- 25ml Roobois Vermouth*
- 25ml succo di limone
- 15ml honey water
- 2bsp marmellata di mandarino
- polline di api

Tecnica: spolverare il polline sul bordo esterno della coppetta, shake & double strain in coppetta Roobois Vermouth.

Glass: vintage coupette. Guarnizione: Bee Pollen crusta (tritare il polline fino a raggiungere una polvere non troppo fine).

*Lasciare in infusione del Roobois tè in dry Vermouth per alcune ore.



REVOLVER di Nino Siciliano Speakeasy - Pomigliano d'Arco (NA)

INGREDIENTI

- 45 ml Koval Gin
- 15 ml Creme de Noisette Briottet
- 15 ml Rabarbaro Nardini
- 1 dash bitter al cioccolato Fee Brothers
- 1 dash Peychaud's

Tecnica: stir and strain. Glass: coppetta.
Guarnizione: no.



SPECIAL MARTINEZ 2.0 di Luca Rossi Muà Lounge - Genova

INGREDIENTI

- 50 ml Liberator Small Batch gin infuso alla lavanda
- 30 ml Vermouth Carlo Alberto Rosso
- 30 ml Luxardo Maraschino
- 30 ml infuso anice verde
- 4 gocce bitter al cardamomo
- Spray acqua di fiori di arancio

Tecnica: stir & strain. Glass: coppetta cocktail. Guarnizione: zest arancia.



- 4 dash Peychaud's bitter

Tecnica: shake & fine strain. Glass: tumbler basso con ice cubes, aggiungere top soda e crushed ice.

On top aggiungere 4 dash di Peychaud's bitter.

Crusta di berberè.

*Frullare per 20 secondi a velocità variabile: 150 ml di zucchero liquido (ratio : 1:1) con 50 gr di zenzero fresco sbucciato e tagliato e 15 grammi di polline d'api, quindi filtrare con carta filtro

LADYLIKE di Nicola Ruggiero Katuscia Cocktail Bar - Bari

INGREDIENTI

- 1.1/2 oz Liberator Old Tom Gin
- 1/2 oz Carlo Alberto Bitter Rouge infuso con 15 gr di fiori di ibiscus
- 1/4 oz Marsala Classico Vecchio Florio
- 1 tsp Assenzio Briottet
- 1 dash Orinoco bitter

Tecnica: stir & strain. Glass: coppa cocktail. Decorazione: zest di limone.



MOSCOW MULE DRINK TEA di Matteo Rebuffo Le Rouge - Genova

INGREDIENTI

- 50 ml Copperworks Gin
- 20 ml succo di limone
- 15ml Rabarbaro Nardini
- 20 ml sciroppo di tè verde sencha*
- 40 ml ginger beer Goslings

Tecnica: shaker - tutto tranne ginger beer. Glass: highball. Guarnizione: scorza di limone e tè sencha.

* Lo sciroppo di tè richiede una forte presenza di tannini ed è conseguentemente preparato con tè sovraestratto infuso per 10 minuti a 100 gradi.



DOOR SOUR di Mirko Turconi MAG - Milano

INGREDIENTI

- 40 ml. Koval Gin
- 15 ml. sciroppo di Aloe e tè verde
- 20 ml. succo di pompelmo rosa
- Soda al lemongrass
- 2 dash bitter cardamomo

Tecnica: build. Glass: tumbler basso. Guarnizione: pompelmo disidratato e lemongrass.



TRIKATU di Andrea Melfa Lo Stracale - L'Aquila

INGREDIENTI

- 40 ml di Bourbon Barrelled Big Gin
- 15 ml di liquore alla mela verde e grappa Psenner
- 15 ml Vermouth dry Carpano
- 15 ml sciroppo di polline e zenzero*
- soda water



ALPESTRE

Sinfonia di 34 erbe.

Bevi responsabilmente.



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

alpestre.it

Distribuito da: OnestiGroup S.p.A.

SPIRITO IDENTITARIO

Sos agave. Il sovrasfruttamento mette a rischio il distillato messicano

DI FABIO BACCHI



Con il suo cerimoniale rituale il Mezcal rivela dei valori antichi e trasmessi tra i mezcaleros di generazione in generazione.

Non tutti riescono a comprendere co-

sa cela ogni sorso di Mezcal consumato in una delle tante mezcalerie messicane o in un qualsiasi bar occidentale. La ricchezza e la profondità di aromi e gusto che si sprigionano grazie alla trasforma-



zione delle agavi sono spesso percepiti in modo frettoloso e disinvolto dal consumatore. È la stessa disinvoltura che rende inconcepibile quanto una domanda mondiale di consumo oltre certi limiti renda insostenibile l'esistenza stessa della originalità del Mezcal. In questo caso, un consumo che rischia di provocare una crisi senza precedenti per l'antico distillato messicano.

Per un mezcalero il Mezcal è più di un prodotto, è una missione, un processo storico individuale frutto di proprie interpretazione e stile. Il Mezcal ha sapori diversi in ogni città, ogni mezcalero ci mette il suo ingrediente segreto, la sua tecnica di cottura delle agavi, il suo legno preferito. Sono delle differenze che hanno un dna familiare e che riconduce a ogni singolo produttore. Le agavi, con il loro lungo tempo di crescita, diverse forme, colori e dimensioni, vengono rispettate e accudite come membri di famiglia.

Nel continente americano vi sono circa 170 specie di agave e ben il 75% di



queste sono concentrate in Messico. Il territorio di Oaxaca ne recensisce almeno 58 in maniera endemica in specifiche zone. È la zona di produzione più pregiata e comprende le varietà di piante più rare e preziose, espadin o espadilla, tepehate, tobala, jabali, chuparroza, pelon verde; alcune di queste sono seriamente in pericolo di estinzione.

Le agavi più pregiate, selvagge o se-



mi coltivate impiegano 15-20 anni prima di giungere a maturazione. Il tempo e la storia sono racchiusi in una bottiglia di Mezcal e il suo consumo dovrebbe indurre a una seria riflessione esperienziale e conoscitiva. Se l'uomo è esecutore, tempo e clima sono responsabili di sapore e aroma di ogni singola pianta. La varietà di clima che caratterizza e influisce sui territori degli altipiani messicani è l'artefice di quel concetto *terroir* che nel Mezcal trova forse la sua massima

espressione.

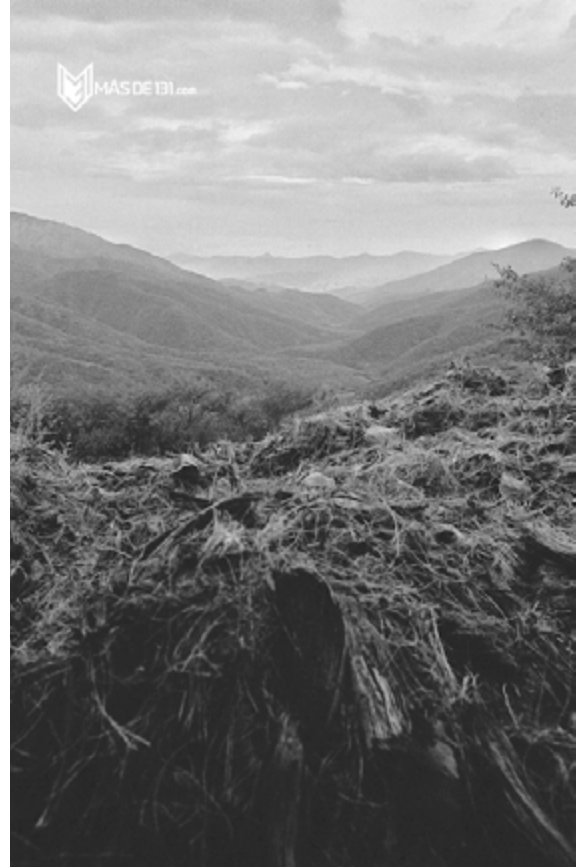
In una recente intervista, Sosima Olivera, maestra mezcalera della *palenque* Tres Colibris nella Sierra Chontal ha ben espresso il significato e i valori ancestrali dei quali il Mezcal è ambasciatore. La sua *palenque* si trova sulle alture di Chontal che si elevano sino a 2000m. A valle vi è un fiume che gode di una temperatura calda prediletta dalla aromatica agave tepextate. Salendo, il clima diventa sempre più fresco e freddo e ad



alture crescenti trovano collocazione le espadin di vario colore e il pelon verde; in cima crescono chato, gavilàn, chuparrosa e altre varietà di agave.

Cambia il clima, il terreno e la sua composizione minerale; cambiano le agavi, ogni singola pianta può essere diversa. La chato cresce spontanea ai piedi di pini e querce. La sua sostenibilità è legata alla sostenibilità di questi alberi. Sosima conferma che nell'ultima decade si è verificata una forte richiesta di Mezcal dall'estero che ha provocato un sovrasfruttamento delle agavi selvatiche. Dietro ciò vi è l'accaparramento delle piante selvatiche da parte della grande azienda che, così facendo, emargina le piccole produzioni artigianali dei villaggi che sono destinate a fallire per mancanza di materia prima. Della ricchezza prodotta nulla o quasi resta sul territorio, togliendo l'unica risorsa economica di piccole comunità che da secoli





si tramandano usi e costumi sociali che vertono attorno al Mezcal.

È un appello, un grido disperato volto a far intendere che prima che un business il Mezcal è un tesoro da preservare perché nei *pueblos* delle sierre esso è nutrimento del corpo ma anche dello spirito. Con esso rischia di scomparire anche un tesoro di esperienza maturata sul campo in secoli di osservazione empirica nella produzione artigianale di Mezcal. È un concetto che manca nel consumatore distratto ed elitario che interpreta il Mezcal come una moda. Per i mezcateros, per bere Mezcal bisogna essere in armonia con esso, perché solo così si apprezza il suo vero gusto.

Il Mezcal è lo spirito più identitario

che esista e non può scomparire in pochi anni. Un paragone può essere fatto con il Tequila la cui identità si è trasformata passivamente da artigianale a industriale. Lo sfruttamento di una quantità di agavi in misura superiore a quella piantata ha aperto una crisi che dura da qualche anno, e oggi la maggior parte dei brand di Tequila sono di proprietà o capitale straniero con buona pace dell'identità culturale del prodotto. Molti mezcateros denunciano la gravità della situazione attuale. Le grandi industrie rastrellano tutti i Mezcal che riescono a trovare, li miscelano insieme non rispettando le singole individualità dei produttori, conciano la miscela ottenuta con insaporitori e aromatizzanti per meglio intercettare gusti massificati a livello globale e lo esportano. Non vi è alcun parametro da rispettare e tale prodotto, di qualità nettamente inferiore, è l'unico che può essere esportato. Così si conclama la fine di cinquecento anni di produzione artigianale di Mezcal.

Secondo molti locali il governo federale dovrebbe consultarsi con i veri pro-



duttori di Mezcal prima di concedere o favorire interessi per la grande industria che preme per l'adozione di più veloci e remunerativi metodi di produzione. Il caso Zignum Mezcal ha suscitato molto scalpore, per esempio. La questione ha acceso molti dibattiti sui social forum e secondo il redattore di *mezcalphd.com* che è stato tra i primi a parlarne. «Si tratta di un prodotto realizzato in un grande impianto industriale al di fuori di Oaxaca, con guardie di sicurezza, nessuna fotografia permessa, nessun segno che mostri pertinenza con la produzione di Mezcal. Si tratta di un affronto alla cultura Mezcal, è imbarazzante. In questa produzione non sarebbe utilizzata solo agave e si dubita anche dei controlli sull'effettiva natura della materia prima».

Il punto è: quanta e quali agave vengono utilizzate in questa produzione? L'agave è una risorsa limitata ed è evidente che una produzione sostenuta è a tutto vantaggio dei soli produttori di agave coltivate intensivamente che vedrebbero lievitare il valore delle loro colture. Ciò andrebbe a discapito dei produttori di

vero Mezcal. Il protocollo di denominazione di origine, per alcuni versi ritenuto molto machiavellico e ambiguo, esclude coloro che non hanno la capacità economica per aderirvi e coloro che non intendono conformarsi alle nuove pratiche di produzione. Si immagini che i mezcaleros delle *palenque* avrebbero difficoltà economiche anche solo ad affrontare i lunghi viaggi dagli sperduti *pueblos* delle sierre verso la capitale messicana per partecipare a incontri e riunioni. Così molti piccoli produttori cadono nella condizione illegale secondo la quale non potrebbero usare il termine Mezcal nonostante sia l'unica cosa che fanno da generazioni per centinaia di anni. Questa contrapposizione economica si trasforma in una diatriba sociale tra le parti, con i mezcaleros delle *palenque* che ritengono la

È necessario rallentare i consumi, renderli sostenibili con la vita delle agave per difendere l'identità del Mezcal



stessa parola “Mezcal” di proprietà unicamente del popolo.

Adesso i piccoli produttori che interpretano il Mezcal come parte imprescindibile della propria vita cercano di fare sentire la propria voce a tutela dell’artigianalità del prodotto, della stessa figura del mezcalero e delle pratiche relative. Per loro è in gioco l’esistenza della convivialità prima che l’aspetto economico. Interi villaggi costituiscono cooperative di lavoratori nelle quali intere comunità sono coinvolte, dalla coltura alla trasformazione dell’agave con ripartizione dei compiti. Alcuni progetti prevedono la creazione di banche dei semi di agave per preservarne le specie, di vivai, ma certamente sono progetti che richiedono investimenti ancora lontani dalle disponibilità economiche delle *palenque* e di una forte presa di coscienza comunitaria da parte di tutti i piccoli produttori.

Ma una presa di coscienza è ormai inevitabile: è necessario rallentare i con-

sumi, renderli sostenibili con la vita delle agavi. Sosima Olivera denuncia l’avidità che in molti casi ha sostituito il Tequila con un prodotto pasticciato e lontano dalla concezione originaria messicana, consiglia di cercare Mezcal di produttori indipendenti, magari non certificati, di cooperative di *pueblos* o degli stessi singoli produttori. La buona notizia è che la parte più sana e attenta del bartending mondiale ha ben recepito questo messaggio, ne ha preso coscienza e si fa ambasciatore presso i consumatori.

La difesa e tutela dell’immagine identitaria dei Mezcal tradizionali e artigianali è uno delle buone pratiche che un bartender possa adottare. Adesso, quando berrete Mezcal, pensate a cosa rappresenta e ricordate «para todo bien Mezcal, para todo mal también».

Fabio Bacchi

(foto: courtesy of Alfonso Florez
by masde131.com e Victor Chagoya
Cerezo photographer)



WHITLEY NEILL

HANDCRAFTED DRY GIN



IL SAMOGON E GLI ALTRI DISTILLATI HOMEMADE

Storia e avventure dell'antentato della Vodka

DI **ALEKSANDR ALT'OV** (traduzione di Fabio Bacchi)



Lo studio storico della distillazione dell'Est Europa è un aspetto importante di quel contesto filologico del bartending che fa ricerca e divulgazione, ma anche per comprendere meglio quale sia la relazione con il consumo di bevande alcoliche in un'area geografica relativamente vicina, significativa per storia, sviluppo e diffusione delle pratiche di distillazione più tipiche di un territorio. Alcuni documenti portano a formulare un'ipotesi di retrodatazione delle prime distillazioni europee proprio in quest'area.

Uno dei distillati primordiali dell'Est è il Samogon. La parola Samogon, pur essendo in lingua russa, è in realtà un termine più internazionalmente diffuso e utilizzato in Polonia, Ukraina, Bielorussia

e Lituania. Samogon significa "alcol fatto in casa", declinato dal russo SAMO, fare da soli, e GON, (verbo Gnat), distillare (pronunciato SAMAGÒN). La storia del Samogon è inevitabilmente intrecciata con quella della Vodka e delle leggi che ne hanno storicamente regolato la produzione. Nel corso dei secoli il Samogon ha influito sulla vita e abitudini delle popolazioni che all'occorrenza lo hanno adattato a proprio uso e consumo.

La lunga diatriba tra Russia e Polonia circa il primo utilizzo della parola Vodka per un alcolico è ben lungi dall'essere definita. Una prima prova scritta della parola Vodka sarebbe databile agli anni 1405-1406 circoscrivendola al territorio polacco del Sandomierz Voivodeship (Palatinatus Sandomirensis), un territo-



rio amministrativamente esistito sino al 1700 circa. Qui, all'interno di atti giudiziari di difficile reperibilità e comprensione, i registri del palatinato di Sandomierz chiamati "Akta Grodzkie" datati dal 1405 al 1437, si troverebbe un riferimento fondamentale al distillato che, nel caso in cui futuri approfonditi studi lo confermassero, sposterebbe indietro la data del primo documento europeo che parla di un prodotto della distillazione a uso ricreativo. Attualmente esistono il testo del monaco John Cor riguardante il Whisky datato 1494, alcuni documenti relativi all'Armagnac, inteso come distillato,

forse del 1411.

All'epoca non esistevano distillatori a colonna e ciò rende sicuramente arduo valutare la tipologia di distillato che veniva prodotto. Seppur volgarmente chiamato "vodka", in realtà il Samagon ne è un antenato che non rispecchia assolutamente le attuali classificazioni merceologiche e valutazioni gustative. Una data fondamentale nella storia della distillazione "casalinga" è la data in cui un governo centrale cerca di regolare la produzione di un distillato. In Russia questa data coincide con il 1474, anno in cui lo Zar di tutte le Russie, Ivan III, approvò la

STORIA
 UNA PRIMA
 PROVA SCRITTA
 DELLA PAROLA
 VODKA RISALE
 AGLI ANNI
 1405-1406
 RIFERITA AL
 TERRITORIO
 POLACCO DEL
 SANDOMIERZ
 VOIVODESHIP
 (PALATINATUS
 SANDOMIRENSIS).



ARTE & CULTURA

QUI SOPRA OPRICNIKI, DIPINTO DI NIKOLAY NEVREV. NELLA PAGINA ACCANTO, SOPRA IL BARONE SIGISMUND VON HERBERSTEIN E IL SUO LIBRO *RERUM MOSCOVITICARUM COMMENTARIJ*. IN BASSO IVAN IL TERRIBILE.

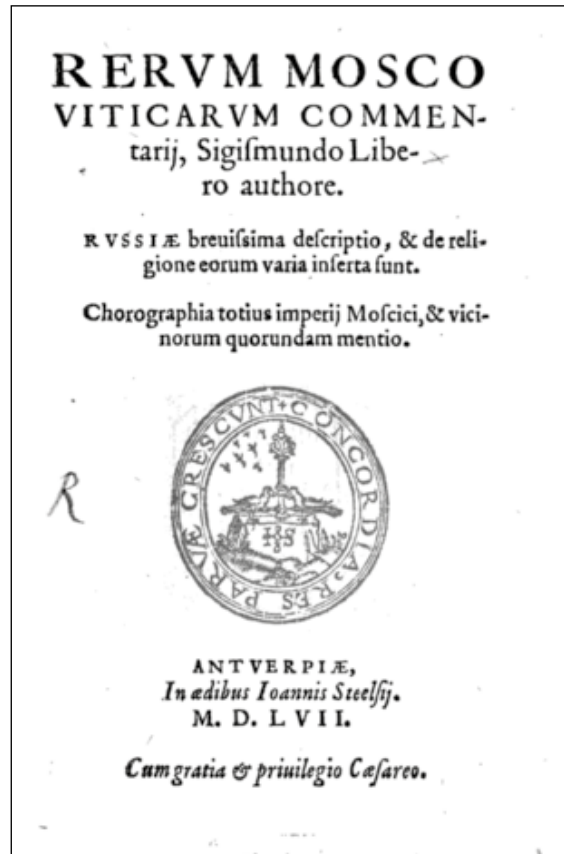
prima legge sul monopolio nella produzione di alcolici. Secondo questa legge nessuno poteva più vendere alcool fuori dal controllo governativo. La legge entrò in vigore dapprima in alcune città maggiori, per essere estesa poi a intere regioni.

La vendita del Samogon, a quell'epoca riconducibile a quello che definiremmo "bread wine", fu vietata all'interno di botteghe private e taverne (*korchma*). Ma l'azione repressiva, volta principalmente ad assicurare guadagni allo Zar, non prendeva di mira in modo sistematico chi produceva Samogon per consumo personale. Il risultato fu una fiorente produzione casalinga e clandestina di alcool, che poteva provenire da qualunque materia prima, zuccherina o amidacea, che il popolo avesse a disposizione; miele principalmente, ma anche frutta, segale, grano, barbabietole e altro ancora. A seconda delle zone si aveva la predilezione

nell'utilizzo di un ingrediente piuttosto che di un altro.

A partire dal 1474 si inizia a registrare l'utilizzo della parola russa "korchemstvo", che dà nome al processo di distillazione casalinga di sostanza alcolica. L'abitudine del popolo russo di produrre e consumare alcolici regolarmente durante l'arco della giornata è ritrovabile in un'autorevole fonte storica, il trattato del 1517 di Matvey Mekhovskiy, "Traktat o dvukh Sarmatiyakh" (trad. "Trattato sulle due Sarmazie"). In esso si narra come da una mistura simile al "porridge" (inteso come mistura cerealicola unita con acqua, "mash") i cittadini russi fossero soliti produrre un "liquido che brucia e che bevono per fuggire il freddo intenso di quelle zone".

In una nota del 1517, il barone Sigismund Von Herberstein riporta, nel *Rerum Moscoviticarum Commentarij* (pubbli-



cato poi interamente nel 1548), il suo studio delle abitudini delle popolazioni della regione russa (all'epoca chiamata Muscovia) «il cameriere portò *aqua vitae*, che i muscoviti sono soliti bere dal pomeriggio».

Nel 1533 per la prima volta abbiamo un testo scritto in cui si parla di “Samo-

gonaya Vodka” inteso come “vodka fatta in casa”. Il testo era il *Novgorodskaya Letopis'* (cronache di Novgorod), e al suo interno troviamo tutta una serie di rimedi tradizionali a base di Samogon, macerazioni e infusioni per ottenere benefici per la salute. Tra questi la raccomandazione di disinfettare le ferite ponendo al loro interno un piccolo quantitativo di distillato, mentre in un'altra veniva suggerito di bere distillato per aiutare la cura di un'infermità riguardante il cranio.

Successore di Ivan III fu Ivan IV, storicamente conosciuto come “Ivan il Terribile”. Tra le tante innovazioni che si possono attribuirgli, la più importante per quanto riguarda la diffusione dei distillati è stata l'apertura nel 1536 a Mosca del primo kabak, un incrocio tra un bar e una taverna. Qui veniva servito un distillato che possiamo ancora chiamare Samogon seppur fosse prodotto sotto controllo go-



1917
UN'IMMAGINE
DI LENIN
DURANTE LA
RIVOLUZIONE
D'OTTOBRE.

vernativo. All'interno di questo kabak era possibile entrare solamente se si faceva parte della nobiltà o degli apparati governativi.

Al suo interno erano ammessi anche gli Opricniki, detti "cani dello Zar". Gli Opricniki costituivano un corpo di polizia speciale estremamente fedele al sovrano, vestiti di nero e con una testa di cane e una scopa come simboli. La testa di cane simboleggiava la loro lealtà allo zar, la scopa la loro volontà di "spazzare" via i nemici. In dotazione avevano anche uno speciale mestolo. All'interno dei kabak,

i cani dello Zar potevano bere gratuitamente un mestolo di Samogon (il mestolo conteneva circa 500ml).

Negli anni a seguire furono aperti kabak in ogni città. La frequentazione era alta e in alcune cronache si riporta la notizia che alla data del 1648 un terzo della popolazione maschile adulta avesse debiti con i kabak. In quel periodo la produzione legale di Samogon si concentrò nelle mani di poche persone su cui vigeva un controllo relativo, e da questa situazione di monopolio scaturì un vortice di corruzione che coinvolse gli apparati governativi locali e i proprietari delle taverne.

Storicamente il Samogon aveva 4 nomi diversi che solamente a partire dal 1917, con la Rivoluzione d'Ottobre, sono stati unificati sotto la denominazione "Samogon", tutti indicati all'epoca con la parola "vino" che in questo caso significa "distillato", e tutti inizialmente ascrivibili nella categoria del bread wine:

SPIRT DVO'NOE	Prodotto di alta qualità, proveniente da materia prima pregiata e prodotto tramite doppia distillazione. La gradazione si attestava intorno ai 74-76%.
VINO BOYARSKOE	Prodotto caratterizzato da una doppia distillazione. Proveniente maggiormente da distillazione di vino dobroe. Gradazione di circa 57-58%. L'apparato di distillazione era determinante nella realizzazione di un prodotto piuttosto che non un altro.
VINO DOBROE	Era probabilmente Vino Prostoe riallungato con acqua e ridistillato o prodotto dalla distillazione del Raki.
VINO PROSTOE	Distillato "semplice" – ottenuto da distillazione di un mash fermentato con aggiunta finale di acqua per abbassarne la gradazione ed aumentarne il volume. Contenuto alcolico 38% circa e mai sopra i 40%. Di questa categoria faceva parte anche il Polugar.



PRODUZIONE
FASI DI
DISTILLAZIONE
CLANDESTINA.
QUI A SINISTRA
LA PROVA DEL
CONTENUTO
ALCOLICO DEL
SAMOGON.

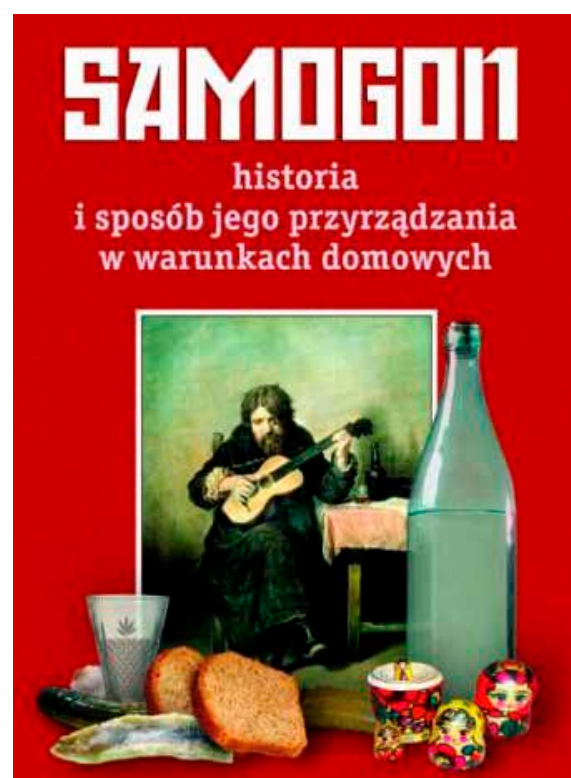


Anno dopo anno, la repressione governativa verso la distillazione clandestina crebbe sempre di più. Le sanzioni e le pene erano però quasi esclusivamente riservate a chi commerciava illegalmente alcolici. Infatti la vastità dell'impero russo rendeva i controlli capillari pressoché impossibili, garantendo di fatto la possibilità della prosecuzione della tradizione della distillazione a uso personale. Il livello qualitativo del Samogon, quindi, poteva essere assolutamente variabile a seconda della tipologia di produzione da cui derivava. Un esempio lampante ci arriva dalla tradizione della regina Elizaveta I di Russia. Da documenti pervenuti risulta che nel 1741 era solita regalare ai suoi ospiti più importanti il Samogon di migliore qualità prodotto nel suo regno.

Fatto particolare e indicativo fu che nel momento in cui arrivò alla fine del XIX secolo la possibilità di distillare a colonna, il livello qualitativo del Samogon si abbassò drasticamente. Ciò coincise anche con una importante riforma a livello sociale, l'abolizione della servitù della gleba nel 1861, che determinò un aumento vertiginoso dei costi di produzione del Samogon e quindi contribuì a minarne la qualità.

Durante la Prima Guerra Mondiale, in Russia entrò in vigore una forma di proi-

*Era tradizione
della Regina
Elizaveta I di
Russia regalare
ai suoi ospiti più
importanti il
miglior Samogon*



bizionismo. Conseguentemente, con la Rivoluzione di Ottobre del 1917, tutti i tipi di bread wine e distillati che potevano essere prodotti in casa vennero raccolti ufficialmente sotto la dizione “Samogon” e dichiarati illegali. Il proibizionismo finì nel 1925, anno in cui la Vodka tornò a circolare nei negozi ma per diversi motivi. Tra questi la necessità di garantire uno standard medio qualitativo nella produ-

zione di distillato e allontanare così le malattie derivanti dal consumo di prodotti nocivi che venivano comunque fabbricati senza controllo in modo casalingo.

Dal 1 luglio 2015 è nuovamente legale produrre Samogon in casa grazie a una legge che ha reso nuovamente possibile distillare per consumo personale.

Aleksandr Al'tov

(traduzione di Fabio Bacchi)

BEVI RESPONSABILMENTE



BERRY BROS & RUDD
WINE & SPIRIT MERCHANTS

www.no3gin.com
Enjoy responsibly



THE KEY TO A TASTE OF TRADITION

Just 3 fruits, 3 spices and 3 centuries of expertise: that is all we deem essential to the traditional flavour of London Dry Gin.

No. 3 – A Taste of Tradition

distributed by



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

BENVENUTI A BAR8 AT GASTROVINO

A Chelsea, un nuovo format
che celebra il Made in Italy

DI GIULIA ARSELLI



In una Londra sempre più cosmopolita nell'offerta del consumo fuori casa, multietnica nei ruoli degli addetti ai lavori, sempre più concettuale e specialistica nei format delle strutture, c'è una costante che a ogni ripetizione attira attenzione da subito: il made in Italy.

L'ultima vetrina del Food&Beverage italiano è stata accesa a gennaio di quest'anno al 257 di King's Road a Chelsea. Bar8 at Gastrovino è il format che Giuseppe Gallo, figura molto nota nella bar & spirit industry mondiale, e Made

in Italy Group, hanno concepito per radicare a Londra quel bagaglio di tradizioni enogastronomiche che ha tanto successo in tutto il mondo. I punti di forza sono un'autenticità totale di specialità italiane, food, vino e cocktail e la tipica vibrante atmosfera dell'italian restaurant fatta di cose di casa, un arredamento con colori caldi e accoglienti, dettagli eleganti che ricordano la tipica osteria italiana, dove la parola "oste" è un concentrato di ospitalità, convivialità e tradizione culinaria.

L'offerta comprende le espressioni



LONDRA
LUIGI GALLO (A SINISTRA) E DANIELE GENTILI (A DESTRA) DEL BAR8, NEL QUARTIERE DI CHELSEA.

enogastronomiche di tutte le regioni italiane in un'eccitante combinazione di sapori e aromi volti alla ricerca di gusti che conducano il consumatore in un viaggio esperienziale sulle strade del gusto.

L'obiettivo ambiziosamente dichiarato è molto schietto e diretto: portare il meglio delle delicatezze italiane a Londra. "Wine, cicchetti and cocktails" è il claim di Gastrovino, 50 posti al piano terra del locale, che offre una scelta di vini al bicchiere che rappresenta tutto il panorama vinicolo regionale italiano. L'offerta è ben

strutturata per invogliare la clientela a provare le varietà autoctone italiane che ruotano settimanalmente attorno a una offerta di cinque referenze a scelta. La wine list è concisa e specifica nelle proposte



dei vini che vengono presentati fragranti, unusual e complex, a prezzi anche molto competitivi sulla scena londinese.

Se i registi e la sceneggiatura sono di chiara matrice italiana non da meno potevano essere i protagonisti. La regia della cucina è affidata all'Executive Chef Andrea Pesenti, già al Mele & Pere in Soho, che ha disegnato un menù nel quale gli acuti sono prodotti che si esprimono al massimo della loro intensità di gusto grazie a ricette elaborate con tecniche rispettose del gusto e poco invasive. Non potrebbe essere altrimenti leggendo tipicità come Burrata e pomodorini ciliegia, insalata di puntarelle con acciughe e bottarga di muggine, polpo grigliato con salsa verde, arancini di riso, carpaccio di branzino marinato con bergamotto.

Veronese, appena superata la soglia dei 30 anni, Andrea Pesenti ha maturato significative esperienze nel Mediterraneo con incarichi professionali a Pantelleria e Cipro, ma è a Londra che ha trovato la possibilità di massima espressione. «Non ho mai avuto un limite o un ostacolo che mi limitasse sperimentare e provare gusti nuovi» dice Andrea. «Ricordo benissimo le lezioni di vita e come vivere la cucina con il mio primo chef, Simone, quando mi aiutò a percepire ogni singolo principio di come maneggiare, usare e trasformare una qualsiasi materia prima in un piatto che poteva far emergere ricordi ed emozioni toccanti e indelebili. A 14 anni sentivo questa passione scorrere dentro e sentivo l'esigenza di usarla, era una necessità, intuitivo che in futuro avrei potuto esprimere



PROTAGONISTI

QUI SOPRA
DANIELE
GENTILI, BAR
MANAGER &
MIXOLOGIST.
NELLA PAGINA
ACCANTO LO
CHEF ANDREA
PESENTI.

tutto ciò e portare i clienti in un viaggio percettivo culinario».

La personalità di Andrea Pesenti si ritrova nei suoi piatti, essenziali ma intriganti agli occhi, dove la semplicità diventa ricchezza e la bellezza è gusto che esplose al palato. «La mia filosofia – prosegue Andrea – cerca di proporre un piatto semplice, con ingredienti di prima qualità, stagionali e in alcuni casi rari. Ammiro tantissimo alcuni grandi chef che sono arrivati, dopo anni di studi e sperimentazioni, a conoscere la composizione di ogni singolo alimento, riproponendolo minimale, decomposto».

“Gastrology” la chiama, riferendosi all’arte di comporre un piatto con più elementi, combinando una perfetta sintonia tra di loro e far palpitarne i nostri sensi del gusto. «A volte improvviso piatti su richiesta del cliente, proponendo qualcosa di esclusivo, mai fatto prima e che non farò mai più. Poco tempo fa, ho ricevuto della zucca che viene coltivata nella zona in Italia dove sono cresciuto, aveva il gusto della torta che mia mamma faceva quando ero piccolo. Ricordi, gusti ed emozioni indelebili».

Bar8 si trova al piano inferiore della struttura ed è qui che Giuseppe Gallo ha voluto dare un imprinting basato sulla sua conoscenza dell’italian drinking culture. «Sono sempre stato appassionato di cucina – racconta – provengo da una famiglia che l’ha sempre considerata parte integrante della quotidianità. Mio nonno macellaio, mia mamma cuoca e mia zia pasticciera hanno fatto sì che anche per me la cucina fosse essenziale per esprimere creatività e condividere insieme le piccole gioie di famiglia».

Bar8, con i suoi 28 posti, è un Vermouth & Amaro Bar che si integra con Gastrovino e con il quale dialoga nel nome dell’italianità. Il suo concetto punta a farne il pioniere di una nuova categoria ed è affidato al bar manager & mixologist romano Daniele Gentili, classe 1975, affiancato da Luigi Gallo, fratello di Giuseppe. Daniele iniziò la sua carriera nella capitale, poi una esperienza

*Gastrology
è la filosofia di
Andrea Pesenti:
ingredienti
semplici,
stagionali e di
qualità*



in Sud Africa prima di rientrare a Roma al Micca Club che divenne uno dei posti della Roma da bere nonché fucina di tanti talentuosi bartender. Daniele è stato protagonista in alcuni importanti concorsi internazionali, come World Class, Nikka, Diplomatico World Tournament, che gli hanno permesso di porsi all'attenzione della bar industry. Arrivò a Londra nel 2014 dove ha avuto brillanti esperienze al The Hide Bar e Demon Wise & Partners, prima di condividere con Giuseppe Gallo il progetto Bar8 and GastroVino.

La drink list è composta da 8 significativi drink al prezzo di 8,88 gbp, tutti strutturati su Vermouth e Amari. Tra questi: Tricolore (basil Gin, Americano Gancia, Martini Vermouth Ambrato e pistacchio), Monalisa (Grey Goose La Poire Vodka, Rabararo e vino Moscato, servito con chips di parmigiano), e AMAR8 (Averna, Cynar e Strega servito con torrone di nocciole).

La bottigliera è una collezione di Vermouth e Amari vintage e moderni di diversi paesi del mondo, con alcune esclusività come Amaro Cora, Cynar 70proof, Braulio Riserva, Martini Riserva Vermouth Di Torino. «Dobbiamo ringraziare tutti i brands italiani che ci hanno sempre supportati – aggiunge Gallo – da Martini & Rossi a Campari, dal gruppo The Spirits of Italy a Strega, da Gancia a Molinari e Zonin. Tutti amici con cui per anni abbiamo collaborato insieme in vari eventi in giro per il mondo. Grazie a loro, a sole quattro settimane dallo start up possiamo orgogliosamente dire che abbiamo la più grande collezione di Vermouth & Amari in UK, e forse al mondo».

Queste particolarità in UK sono sempre un fatto importante. A rimarcare la fusione tra bar e cucina Andrea Pesenti conclude «A Gastrovino non c'è differenza tra cuochi e barman, siamo un'unica categoria, insieme creiamo piatti vivi, con una fusione di sapori liquidi e solidi».

Bar8 at Gastrovino, aperto 7 giorni su 7, ha iniziato il suo cammino su gambe già ben solide e una progettualità che potrebbe portarlo a essere un format project ripetibile ed esportabile.

Giulia Arseli

- DAI AL GIN L'IMPORTANZA CHE MERITA -



BITTER NARDINI,
INCREDIBILMENTE MORBIDO

B.º NARDINI
DISTILLERIA A VAPORE

BASSANO

WWW.NARDINI.IT

BEVI RESPONSABILMENTE



DOLCE O AMARA: MANDORLA

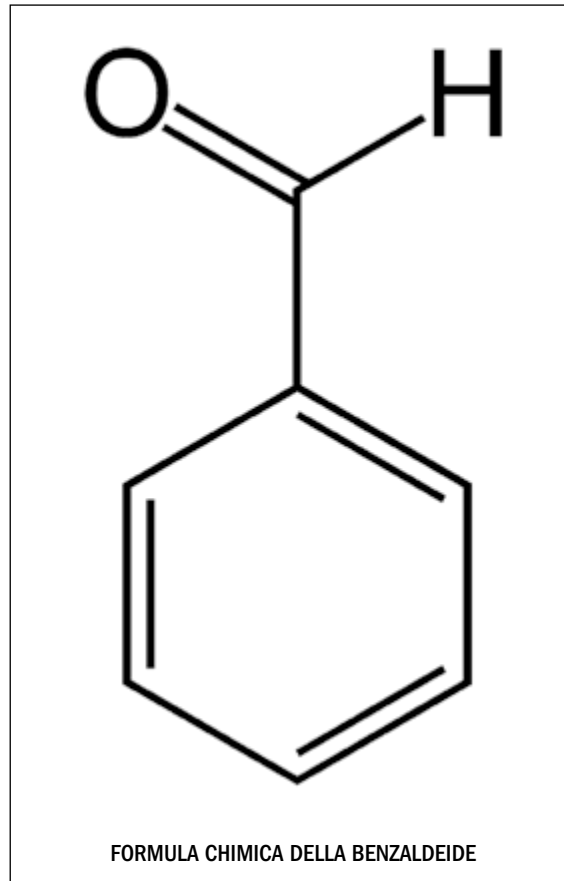
Pregiato il latte, fondamentale
in miscelazione

DI GIOVANNI CECCARELLI

Con il termine mandorlo ci si riferisce alla pianta *Prunus dulcis*, noto anche come *Prunus amygdalus* o *Amygdalus communis*. È una pianta appartenente alla famiglia delle Rosaceae, di origine asiatica, alta fino a 5 metri, ha foglie lanceolate e fiori di colo-

re bianco o leggermente rosati. Il frutto è una drupa che può raggiungere anche i 6 centimetri di lunghezza.

A differenza di altre drupe, come il frutto del caffè o la ciliegia, che hanno un esocarpo carnoso, questo frutto ne ha uno rigido, di colore verde. Sotto l'esocar-



po è presente un endocarpo legnoso che racchiude un seme edibile che prende il nome di *mandorla*.

La mandorla è molto utilizzata in cucina nella realizzazione di prodotti dolciari (biscotti, torte, marzapane) e per il latte di mandorla, ottenuto dalla lavorazione del seme con acqua e zucchero. Dalla spremitura di questo seme, composto fino al 64% da grassi tra cui acido oleico (lo stesso presente nell'olio di oliva), acido palmitico e acido linoleico, si ottiene l'olio di mandorla che viene utilizzato sia in cosmetica che per uso alimentare (generalmente reperibile in negozi specializzati o in quelli che vendono prodotti etnici).

Di *Prunus dulcis* ne esistono due principali varietà quella amara e quella dolce, chiamate così per via del gusto, amaro o dolce, dei due rispettivi semi. Esiste anche un terzo fenotipo, quello che dà origine alle mandorle semi-amare, ma non sarà argomento di questo articolo per la scarsa rilevanza in miscelazione.

Le mandorle amare hanno questo gusto perché contengono una sostanza chiamata amigdalina in quantità variabile tra il 3% ed il 5%, mentre le mandorle dolci ne contengono una quantità trascurabile. Questa sostanza, a contatto con alcuni enzimi e acqua, si trasforma in glucosio, benzaldeide e acido cianidrico. La benzaldeide è la sostanza che conferisce il tipico aroma alle mandorle amare ed è presente anche nei noccioli di albicocca e di pesca. L'acido cianidrico (o acido prussico) è invece tossico e può causare la morte se ingerito in quantità anche modeste: si stima che 0,5 mg per kg di peso corporeo possano essere letali. Lo Zyklon-B, il veleno tragicamente utilizzato nell'ultimo conflitto mondiale, era a base di acido cianidrico. Per questo motivo è più facile trovare in commercio l'aroma di mandorle amare.

In miscelazione, per via del suo aroma, si utilizza principalmente lo sciroppo di orzata che non è a base mandorla bensì



VARIETÀ

NELLA FOTO LA MANDORLA DI TORITTO.

a base di benzoino, a differenza dello sciroppo di latte di mandorla. Il benzoino è un aroma che si estrae dalla resina della pianta *Styrax benzoin*, appartenente al genere delle *Styracaceae*. Non si confonda il benzoino estratto da questa pianta con il benzoino ottenuto dalla lavorazione della benzaldeide.

Molti bar realizzano l'orzata home-made. Alcuni procedono aggiungendo aroma di mandorla amara allo zucchero liquido mentre altri diluiscono la pasta di mandorle con acqua. Nel primo caso non c'è né un miglioramento del livello qualitativo rispetto a quella industriale, né la possibilità di offrire un aroma più complesso. Nel secondo caso, invece, si ottiene una consistenza non perfettamente liquida perché nella pasta di mandorle la frazione solida non è trascurabile. Il miglior modo per realizzare questo ingrediente è quello di utilizzare mandorle dolci (o farina di mandorle) e mandorle amare. Poiché queste ultime sono tossiche, è bene che non siano più del 5% del peso totale delle mandorle utilizzate (come anche indicato nella legge del 23 febbraio 1968, n. 116).

In un contenitore versare la farina di mandorle e le mandorle amare sgusciate e pelate, aggiungere acqua e frullare con un frullatore ad immersione. Lasciar riposare il composto almeno due ore e separare la parte solida da quella liquida, filtrando attraverso un canovaccio. Pesare il liquido ottenuto (latte di mandorla) e aggiungere il doppio di zucchero; se necessario scaldare leggermente il liquido per favorirne lo scioglimento.

Poiché il latte di mandorla è un'emulsione di grassi in acqua è necessario aggiungere un'emulsionante per mantenere la miscela stabile. Si consiglia il *sucre ester* (esteri del saccarosio degli acidi grassi), in quantità pari allo 0,5% sul peso totale dello sciroppo ottenuto, in grado di mantenere stabile l'emulsione anche all'interno di drink acidi come il Mai Tai. Se le mandorle amare non fossero reperibili o si preferisse evitarne l'utilizzo è possibile aggiungere l'aroma di mandorla amara come correttore di sapore. Le mandorle rientrano anche nella preparazione del Falernum.

Giovanni Ceccarelli



FINEST CALL PREMIUM COCKTAIL MIXES

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL

Ingredienti:

Aromi Naturali – Coloranti Naturali – Dolcificanti Naturali – Miglior selezione di frutta da tutto il mondo

Packaging Patentato:

Bottiglia trasparente PET, rispetta l'ambiente 100% riciclabile,
Bottiglia patentata, tappi dosatori con codice colore
Bottiglia da litro entra perfettamente nella tasca della postazione

Processo Produttivo:

Finest Call è prodotto presso la moderna state-of-the-art struttura di American Beverage Marketers con sede a New Albany, Indiana – USA.
Il metodo di produzione "gentle-processing" mantiene tutte le proprietà della frutta fresca ed elimina note di bruciato tipicamente presenti in altri prodotti

Finest Call è il leader e standard mondiale della categoria nel creare il cocktail perfetto!



Bar Essentials



Puree Collection



Specialty Cocktails

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



ALL'OMBRA DEL VESUVIO TRA ALAMBICCHI E SPEZIALI

ANTONIO EMANUELE PIEDIMONTE – ALCHEMIA E MEDICINA A NAPOLI

Viaggio alle origini delle arti sanitarie tra antichi ospedali, spezierie, curiosità e grandi personaggi

Intra Moenia Editore – pp 391 – euro 23,00

È un reportage approfondito, affascinante quanto singolare quello di Antonio Piedimonte, giornalista, fotografo e saggista che nel volume recentemente pubblicato intercetta e connette antiche arti e scienze mediche. Tra

libri e alambicchi, conventi, musei e cenacoli, il saggio si struttura come una sorta di viaggio straordinario, ricco di un corposo apparato bibliografico, che attraversa quattro secoli di vicende, a cavallo tra il 1500 e il 1900, ripercorre le tappe che hanno segnato l'evoluzione di maestri speziali e degli studiosi di filosofia affascinati da quell'alchimia che sarebbe divenuta poi farmacia e arte distillatoria.

È la storia di Napoli e del Regno del Sud che diventa tappa fondamentale per capire in modo filologico anche l'evoluzione dei distillati in Italia. Tra Spagirica e Iatrochimica, attraverso la Quintessenza, la medicina astrologica e la mitica Teriaca, il farmaco più famoso e longevo che proprio a Napoli fu realizzato e venduto, ci piace segnalare, in particolare, un capitolo del libro interamente dedicato a quegli uomini che per primi studiarono

le tecniche di distillazione. Specialmente Giovan Battista Della Porta, maestro delle arti distillatorie, "più famoso che noto", tratteggiato come figura fondamentale di quel sapere che forgiò quasi tutti i medici e gli speziali (farmacisti) del tempo: l'alchimia. Quel movimento filosofico ed esoterico produsse studi approfonditi sugli aspetti più reconditi e nascosti di un'arte che cercava di mettere in contatto materia e spirito, dal frutto all'essenza attraverso un complesso processo di trasformazione. Del resto, è dalle dirette conoscenze acquisite nella distillazione che si sarebbe arrivati a una nuova interpretazione dell'alcol: medicina, conforto, convivialità.

L'alchimia è stata sempre ai margini della cultura ufficiale del tempo, guardata con sospetto e sorvegliata, ma è grazie ad essa che l'alcol, tra uso e abuso, avrebbe finalmente conquistato un ruolo sociale. Il libro è un ottimo e dotto viatico, dunque, anche per il bartender in cerca di approfondimento, oltre che per il lettore appassionato e incuriosito, alla scoperta di aspetti storicamente influenti di una Napoli che non smette di sorprendere, per molti versi ancora sconosciuta.

Alessandro Palanca



MEZAN

THE UNTOUCHED RUM

*Sometimes treasures are found
in unexpected places.*



*Senza zucchero, coloranti
o aromi artificiali.*

Mezan, the untouched rum.

www.ghilardiselezioni.com

GHILARDI SELEZIONI

ASSAPORA IL MONDO NEL TUO BICCHIERE

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

