

BarTales

ANNO III | N. 8 | APRILE 2016



Report

L'ELEGANZA
DEL VERMOUTH

Cocktail story

SORSI GIUBILARI

LIQUID STORY/SHERRY

DALL'ANDALUSIA ALL'INGHILTERRA
IL VINO DEL CAPITANO

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



1821

CHERRY

L'inimitabile.

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



www.luxardo.it

LUXARDO

Luxardo promuove il bere responsabile

LUXARDO BARLAB

4 APRILE SELINUNTE (TP) AGORAZEIN COCKTAIL BAR • 5 APRILE RAGUSA ROOM 55 • 18 APRILE PADOVA FLAIRTENDERS

- 7** **L'editoriale** di Melania Guida
PARTITA DOPPIA
- 8** **News DAL MONDO**
- 12** **Bar Story** di Fabio Bacchi
IL LEGGENDARIO DICK
- 16** **Liquid Story** di Luca Rapetti
IL VINO DEL CAPITANO
- 30** **Cocktail Story** di Fabio Bacchi
SORSI GIUBILARI
- 36** **Focus on** di Giulia Arselli
BENVENUTI AL CITY SOCIAL
- 42** **Hot Spirit** di Dario D'Avino
AROMA DI GUSTO
- 48** **Report/1** di Alessandro Palanca
IL WHISKY CONQUISTA ROMA
- 54** **Report/2** di Melania Guida
L'ELEGANZA DEL VERMOUTH
- 60** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli
BOLLE DI VELLUTO
- 64** **Competition** di Fabio Bacchi
CHALLENGE ON ICE
- 70** **Book corner** di Alessandro Palanca
1000 WHISKY DA GUSTARE



12



16



30



36



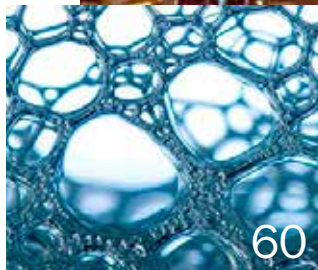
42



48



54



60



64

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

Giulia Arselli, Giovanni Ceccarelli, Dario D'Avino, Alessandro Palanca, Luca Rapetti

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

PER GLI ABBONAMENTI ALLA VERSIONE CARTACEA DI BARTALES CONSULTARE WWW.BARTALES.IT

Ron ABUELO

PANAMA



96 Points

Platinum Medal

“Superlative”

International Review of Spirits
Beverage Testing Institute



Forbes

“Best Rum I ever tasted”

Larry Olmsted, as seen in Forbes.com

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

TEQUILA
Pellegrini
ESPINOZA[®]
100% AGAVE


ARTE EN TEQUILA



www.tequilaespinoza.com

TEQUILA ULTRA PREMIUM

www.pellegrinispa.net

 Pellegrini Spa

Distribuito da Pellegrini S.p.A. - Bevi responsabilmente.

PARTITA DOPPIA

Qualche giorno fa, in uno dei bar più eleganti di Milano, uno tra i più noti bartender mi accoglie con la domanda della settimana: «Hai visto Campari?». L'opa, intendeva. Quella che il grande marchio italiano ha appena lanciato su Grand Marnier. In soldoni: la più grande acquisizione (684 milioni la valorizzazione attribuita al marchio francese) del gruppo Campari. Nel dettaglio: l'accordo, articolato in più passaggi, per rilevare un'etichetta iconica, premium, il Cognac con le essenze di arancia, il liquore simbolo del gusto francese. E come no?, rispondo. Non si parla d'altro da qualche settimana. Del resto a pochi giorni di distanza dall'espansione di Lavazza che, nel settore caffè, ha appena comprato Carte Noir, arriva il gran salto di Campari. Confesso: la notizia mi inorgoglisce. Per una volta gli italiani vanno a fare acquisti in Francia. Con buona pace dei francesi che a malincuore hanno dovuto ammettere che un monumento del patrimonio gastronomico e culturale di Francia stia per passare in mani italiane. Forse immemori di quando i vertici Telecom furono di fatto commissariati dai francesi? Di quando Giuseppe Recchi, presidente di Telecom, provò a sedare gli animi giustificando l'ingresso in forze dei francesi come segno «dell'impegno e della partecipazione che il mercato aspettava»? Hanno dimenticato i cugini d'Oltralpe che per lunghi anni le Generali sono state presiedute da Antoine Bernheim, celebre finanziere parigino? Parrebbe che oggi i tempi siano, dunque, cambiati. Che la storia abbia cambiato corso. Inverando le sagge parole di Friedrich Engels ben convinto che la storia si ripeta sempre due volte: una come farsa e un'altra come tragedia. *Voilà, les jeux sont faits.*





ARRIVI ONESTI

Nuovi importanti arrivi da Onesti Group vanno ad arricchire il già ricco catalogo dei prodotti in distribuzione esclusiva. Si tratta dei rinomati Hampden Rum jamaicani, compreso Hampden Fire Velvet Rum a 63°, Tequila Fortaleza, uno dei pochissimi brand di proprietà familiare messicana da 140 anni e di estrema e limitata produzione. Oltre agli spagnoli Wint&Lila, brand del gruppo Casalbor prodotti a Puerto de Santa María (Cadice) in una distilleria di 200 anni fa, che rafforzano la linea Onesti Group dedicata al bartending più esigente e ricercatore di qualità.



VIESTE COMPETITION

Sensibilizzare il territorio alle tematiche delle professioni legate al turismo e ospitalità: è l'obiettivo di A.M.B.E.C. VIESTE, associazione di maitre e barman che il 15 aprile organizza la sesta edizione della drink competition "Vieste una perla di cocktail". L'evento si svolgerà nell'incantevole scenario dell'anfiteatro di Marina Piccola, località turistica situata nel Parco Nazionale del Gargano. Alla manifestazione possono partecipare bartender di tutte le età e diversa estrazione che si esibiranno nella preparazione di cocktail alla presenza della giuria tecnica A.M.B.E.C. e degustativa del settore.

FOOD&DRINK FUSION

Ormai il mondo del beverage è sempre più ispirato dalle innovazioni che arrivano dall'arte culinaria. Il bartending spazia sempre più in un'offerta costituita da ibridi che tentano di assimilare il meglio dei due universi. I distillati più classici incontrano nuovi abbinamenti, nascono i tea cocktail pomeridiani, chef e bartender si alleano sempre più spesso in modo sinergico e creativo con menù elaborati a 4 mani. È il caso del ristorante cino-latino Asia e Cuba, a Londra, dove ricette Mojito improved vengono abbinare ad altrettanti diversi ceviche con utilizzo di succo di canna e puree di frutta.





DAFFY E LA F1

Lo scozzese Daffy's Gin, lanciato nel dicembre 2014, sponsorizza il team F1 Manor Racing. Una edizione limitata di bottiglie Manor Racing F1 Daffy's Gin verrà immessa in un ristretto mercato in primavera. Chrys Molineaux, master distiller e cofondatore di Daffy's ha sottolineato come entrambi i brand siano accomunati, nei rispettivi campi, “dalla circostanza di essere piccoli, indipendenti, ma che sognano in grande di creare qualcosa di eccezionale”.



BLACKTAIL BAR

Sean Muldon e Jack Mc Garry, proprietari del Dead Rabbit Bar di New York, apriranno un nuovo bar nel complesso Pierre a di New York. Il bar prende il nome dalla flotta di aeronavi di lusso che negli anni '20 trasportavano i newyorchesi a Cuba durante il Proibizionismo. L'apertura è prevista a giugno e la drink list comprenderà 40 drink divisi in 5 categorie, un omaggio alla loro ammirazione per la cultura cubana conosciuta attraverso gli scritti di Hemingway.

LA PIÙ BEVUTA DEL MONDO

È cinese, si chiama Snow ed è la birra più bevuta al mondo. Prodotta da SabMiller, occupa una quota di mercato del 5,4%, seguita da un'altra cinese, la Tsingtao che rappresenta il 2,8% di tutta la birra bevuta nel pianeta. Al terzo posto l'americana Bud Light con una quota del 2,5%. Lo rivela la classifica Bloomberg ed Euromonitor che colloca in quarta posizione la Budweiser (Stati Uniti) del Gruppo Ab-InBev con una quota del 2,3%, la stessa della numero 5 della brasiliana Skol, sempre di Ab-InBev.



ALPESTRE

Sinfonia di 34 erbe.



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

alpestre.it

Distribuito da: OnestiGroup S.p.A.



Ci stiamo attrezzando per l'estate! Ci siamo lasciati ispirare dallo stile spagnolo di servire il gin & tonic per creare "the perfect summer serve".

Riempire un bicchiere ampio da vino con il ghiaccio. Aggiungere una doppia misura di Portobello Road Gin e unire lentamente l'acqua tonica per conservarne l'effervescenza. Tagliare una fetta sottile di buccia di pompelmo rosa, schiacciarla sopra il bicchiere per rilasciare gli oli contenuti nella pelle e inserirla nel bicchiere. Aggiungere qualche bacca di ginepro e godetevi il drink!

Bevi responsabilmente



A twist of Pink Grapefruit

The Finest Address in Gin

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

IL LEGGENDARIO DICK

Trasgressivo, innovatore, inventò l'Espresso Martini

DI FABIO BACCHI



Sapete dov'è l'isola di Wight? È un'isola inglese situata nel canale della Manica dove ogni anno si tiene un Festival di musica rock. All'isola di Wight e all'edizione del 1969 del Festival, Michel Delpech dedicò una canzone *Wight is Wight*, che un gruppo musicale italiano degli anni '60-'70, i Dik Dik, avrebbe poi arrangiato per una versione nostrana facendone una hit titolata *L'Isola di Wight*.

Su quest'isola era cresciuto colui che avrebbe generato la cocktail scene degli anni '90 a Londra. Se gli attuali bartender della capitale vivono un momento dorato lo devono a Richard Arthur "Dick" Bradsell, nato il 4 maggio 1959 da Peter Bradsell e Margaret Elma Gurney. Quasi 40 anni di carriera di Bradsell si sono concretizzati nella città che oggi viene giustamente definita la capitale della cocktail culture.

Furono alcune intemperanze giovanili a spingere Dick a Londra nel 1977. Si sistemò con uno zio che gestiva i servizi del Naval & Military Club in Piccadilly. Il giovane Dick faceva il "tuttofare" ed ebbe a dire «The complete training he gave me would have been hard to find elsewhere», nel 2000, al *The Guardian*. Dick capì subito cosa voleva fare da grande e grazie

all'aiuto di un amico trovò lavoro presso il Zanzibar Club. Al tempo la figura del bartender non era considerata un lavoro ambizioso o utile per fare carriera in un ambiente ancora schiacciato sulla pinta di birra nei pub, sui fish&chips, magari su qualche Gin&Tonic.

Al Zanzibar, Bradsell fu affascinato dalla cocktail culture del bar manager locale. Ebbe in regalo un libro che per lui sarebbe divenuto il "vangelo" della professione, *The Fine Art of Mixing Drink* (1948) di David Embury. Da buon osservatore, Dick guardava cosa succedeva negli iconici bar dei grandi alberghi londinesi e capì quanto era importante l'atmosfera di un bar, imparò ben presto cosa volesse dire "improved drink", che l'ego del bartender non serviva a nulla e che era il cliente il centro di ogni attenzione, che i drink oltre che buoni dovevano essere preparati e serviti in fretta.

Trasgressivo, a volte irriverente, Dick Bradsell era amico di romanzieri e registi. Recitò la parte di un gangster nel film *Following* di Christopher Nolan. Grande innovatore e creatore, molte delle ricette di Bradsell sono diventate dei "modern classic". In ognuna di esse si può ritrovare il filo logico che le ispira ed equilibra gli ingredienti. Tra le più note, l'Espresso Martini, il Bramble, il Russian Spring Punch, poi entrate nell'ultima lista codificata dall'International Bartenders Association, senza dimenticare altre ricette come Treacle, Wibble, Citrus Martini, Pink Chihuahua.

Il Bramble, una deliziosa combinazione di Gin, succo di limone, zucchero e more fresche smashed, o Crème de Mure, è un perfetto indicatore di come l'ispirazione fosse una virtù innata in Bradsell. Questo drink, perfetto connubio tra un sour e un cobbler nasce dal ricordo che Dick aveva

della sua infanzia a Wight, dove, goloso del rosso frutto, si rotolava tra i rovi di more del sottobosco isolano per raccogliarli.

Il bartender autore di tante ricette famose confessò che probabilmente il bar preferito dove aveva lavorato era uno dei primi dove aveva prestato servizio, il Colony Room. Era un posto dove il proprietario lo scoraggiava nel fare cocktail e spesso gli nascondeva anche gli attrezzi. Era il 1983 e Dick era impiegato presso la Soho Brasserie. In un'intervista rilasciata al magazine *Cocktail Lovers* nel 2013 svela l'origine dell'Espresso Martini «A young American model asked for a drink that 'wakes me up and then f**ks me up'. The coffee machine was next to where. I made drinks – I added a double shot of vodka, Kahlua, sugar, shaken with very, very strong coffee. That was when the drink was on the rocks, the Vodka Espresso».

Sembra che la modella fosse Naomi Campbell.

Da protagonista della night life londinese Dick pensò che era arrivato il momento di aprire un club tutto suo. Così nacque il Fred's Club, per una clientela giovanile e fashion, bella musica e ottimi drink. Probabilmente la sua carriera professionale di bartender raggiunse l'apice quando l'imprenditore Oliver Peyton lo chiamò a dirigere i bar dell'Atlantic Bar and Grill, un locale sotterraneo nel cuore di Soho, tra i cui bar, uno era



nominato proprio a Bradsell; il Dick's Bar. Fu il momento in cui tutto il Regno Unito del bartending si accorse di lui. Tuttavia Bradsell sarebbe rimasto all'Atlantic solo sei mesi. Infatti aveva deciso di darsi uno stile professionalmente nomade e dedicarsi solo alle start up dei bar, lavoro che trovava molto stimolante e interessante. Altri importanti bar dove Bradsell avrebbe impresso il suo stile furono il Pharmacie e il Match Bar.

La figura di Dick Bradsell avrebbe influenzato intere generazioni di bartender in tutto il mondo. Molto generoso con i più sfortunati ed esigente sul lavoro, faceva dell'equilibrio il punto di forza dei suoi drink. La miscelazione che più amava era quella cubana e sottolineava la pre-

parazione del Daiquiri double strain che considerava un banco di prova per ogni bartender.

Dick Bradsell ha smesso di fare bartending il 27 febbraio di quest'anno dopo avere a lungo combattuto contro un male impietoso e invincibile, come rivelato dalla figlia Beatrice avuta dall'ex moglie Vicky Sarge. Nonostante fosse consapevole della grave malattia era ancora in forza come head bartender al Pink Chihuahua Bar del ristorante messicano El Camion a Soho. Con sua figlia Bea stava lavorando alla stesura di un libro. In sua memoria è stato istituito un ente benefico, The Benevolent, vicino alle persone della spirit industry e al quale tutti possono contribuire.

Fabio Bacchi

LE RICETTE

BRAMBLE

INGREDIENTI

- 2 parti London Dry Gin
- 1 parte succo di limone
- 1/2 parte sciroppo di zucchero
- 1/2 parte Crème de Mure floating o more fresche muddled

Tecnica: build. Glass: Old Fashion. Guarnizione: more, lemon peel



VODKA ESPRESSO/ESPRESSO MARTINI

INGREDIENTI

- 2oz Vodka
- 1oz espresso
- 1/2oz. liquore al caffè
- 1/4oz sciroppo di zucchero

Tecnica: skhaker. Glass: cocktail

Guarnizione: chicchi di caffè



RUSSIAN SPRING PUNCH

INGREDIENTI

- lamponi freschi
- 1+1/2oz Vodka
- 1/4oz liquore di lamponi
- 1/4oz Crème de Cassis
- 3/4oz succo di limone
- Top con Champagne brut

Tecnica: shaker e Champagne a colmare. Glass: tumbler colmo di crushed ice. Guarnizione: limone e frutti di bosco.



TREACLE

INGREDIENTI

- 2oz dark Rum
- 1/2 oz sciroppo di zucchero
- 1/2 oz succo di mela
- 2 dash Angostura

Tecnica: build Glass: Old Fashion. Guarnizione: lemon peel



- DAI AL GIN L'IMPORTANZA CHE MERITA -



BITTER NARDINI,
INCREDIBILMENTE MORBIDO

BEVI RESPONSABILMENTE

B.º NARDINI
DISTILLERIA A VAPORE

BASSANO

WWW.NARDINI.IT



IL VINO DEL CAPITANO

Dall'Andalusia all'Inghilterra
il lungo viaggio del pregiato vino

DI LUCA RAPETTI

Jerez de la Frontera, El Puerto de Santamaría e Sanlúcar de Barrameda rappresentano il triangolo geografico di uno dei vini più noti e amati nel mondo: lo Sherry. La sua produzione

è concentrata in quella zona meridionale della Spagna conosciuta come Andalusia. Altra città rappresentativa è Cadice, dal cui porto partivano le navi che trasportavano il prezioso vino.



BRISTOL
UN'IMMAGINE
D'EPOCA DEL
MOLO DELLA
CITTÀ INGLESE
AGLI INIZI DEL
XVIII SECOLO.

Vi è anche un altro porto che ha avuto un ruolo chiave nel commercio di Sherry. Non si trova in Spagna, bensì nel Sud Ovest dell'Inghilterra: Bristol. Localizzata a poco meno di 200 km a ovest di Londra, Bristol sorge sulle coste di un'ampia insenatura marittima, conosciuta come Canale di Bristol, che permette di raggiungere senza difficoltà l'Irlanda e da qui intraprendere le rotte transatlantiche.

A partire dal XI e XII secolo il commercio con l'Irlanda rese Bristol molto importante nelle rotte commerciali verso l'Europa. Anche il vino si ritagliò uno spazio nelle stive, soprattutto in quelle provenienti dalla Francia. Le prime informazioni inerenti "vino" ritrovate negli archivi storici della

cittadina inglese appartengono al "John's Charter" del 1188, nel quale si proibiva allo straniero (inteso come non inglese o mercante non originario di Bristol) la conduzione di una taverna, se non a bordo di una nave. A quei tempi la taverna era il solo luogo dove era possibile vendere e consumare vino che, in maggior parte proveniva dalla Guascogna.

Era pratica comune tra i produttori di questa regione del sud ovest della Francia, trasportare via mare i loro vini fino ai principali porti inglesi, dedicarsi alla vendita, e dopo un breve soggiorno ritornare in patria per sovrintendere alla successiva vendemmia. Ciò diede modo ai locali commercianti di rappresentare



questi produttori e, in alcuni casi, instaurare direttamente un rapporto di società. Questa prassi ebbe particolare successo a Bristol, che, a seguito di un calo di vendite nel settore, rimase uno dei pochi porti commerciali attivi, secondo solo a Londra e seguito da Sandwich.

La Guerra dei Cent'anni (1339-1453) colpì conseguentemente i rapporti tra Inghilterra e Francia. Sebbene i quantitativi di vino disponibile diminuirono, il suo prezzo aumentava considerevolmente suscitando una comprensibile preoccupazione da parte dei commercianti stessi. Costoro rafforzarono gli equipaggi a bordo delle proprie navi, con personale armato, in modo da prevenire eventuali assalti e saccheggi da parte di pirati.

La perdita di Bordeaux sotto il dominio inglese, incrinò ulteriormente i flussi commerciali con la Francia. Così l'attenzione si rivolse su nuovi territori che avevano da

offrire ancora molto nel settore vinicolo: Spagna e Portogallo, dal quale veniva importato anche il sughero. Focalizzandosi su Mediterraneo e costa meridionale della Spagna, dalla quale iniziarono a commerciare l'olio di oliva, gli inglesi vennero a contatto con terre la cui ricchezza, oltre che paesaggistica, poteva essere apprezzata nei prodotti che essa generava.

Lo Sherry rappresenta ancora oggi una delle massime espressioni della cultura vitivinicola spagnola. Gli inglesi se ne innamorarono al primo assaggio. Conosciuto come "Sack", parole probabilmente derivante da un'anglicizzazione del termine spagnolo "saca" originato dal verbo "sacar", il cui significato è "estrarre", per indicare l'atto di estrazione del vino dalle botti di Solera, lo Sherry importato a Bristol non impiegò molto tempo a conquistare la fama di vino pregiato. Il vino fu definito anche "Bristol Milk" per la sua



33 S.S. *Starling* on the River Avon below the Clifton Suspension Bridge. The ship brings many cargoes of wine to Harvey's

morbidezza e leggera sensazione cremosa al palato. Nel XVII secolo l'ecclesiastico Thomas Fuller, nella sua opera *History of Worthies of England*, lo descrisse così: «Qualcuno lo avrà chiamato latte, perché un tale vino sarebbe il primo pasto per i neonati in questa città».

La fine del 1600 vide un'ulteriore progressione degli scambi con altri territori, soprattutto le Americhe, i cui interessi principali riguardavano tabacco e zucchero di canna; meno importanti, ma pur sempre degni di nota negli ordini commissionati dalla clientela più abbiente, i vini provenienti da Canarie, Madeira e dalla zona del Reno.

La fama dei vini portoghesi ebbe una spinta considerevole grazie anche al Trattato di Methuen del 27 Dicembre 1703, stipulato dal Marchese di Alegrete in rappresentanza del Portogallo e Lord John Methuen in rappresentanza dell'Inghilter-

ra, con il quale il Portogallo s'impegnava a pagare i suoi acquisti di prodotti dall'Inghilterra con altrettanti prodotti e generi alimentari, tra i quali olio di oliva e vino.

Alla fine del 1700 l'ombra delle guerre napoleoniche penalizzò i vini francesi e facilitò la scalata al successo nel mercato inglese dei "Sack" portoghesi e spagnoli. Questo fatto garantì la sopravvivenza economica a molti commercianti inglesi, concentrati soprattutto a Londra e Bristol, i quali potevano contare sull'importanza strategica dei porti. Uno di questi "merchants" basò il suo business sull'importazione dei vini provenienti dalla penisola iberica: il suo

La fama dei vini portoghesi crebbe in maniera esponenziale grazie al trattato di Methuen del 27 dicembre 1703



PUNCH, [FEBRUARY 28, 1912.]

Sherry, Sir? 

Sherry is the only Wine which can be appreciated while smoking.

HARVEY'S SPECIALITIES:

| | | | |
|--------------------------|---|------|----------|
| AI SHERRY FOR BITTERS | - | 22/- | per doz. |
| MERIENDA LUNCHEON SHERRY | | 36/- | " |
| SELECT SHOOTING SHERRY | - | 42/- | " |

JOHN HARVEY & SONS, Ltd., BRISTOL.

Send for special Illustrated Folder.

nome era William Perry ed era il 1796. La sua base era al 12 di Denmark Street in Bristol. Un edificio costituito da un'area sotterranea, le cantine, datate intorno al 1300 e già parte di un ex monastero agostiniano: la restante parte sovrastante accoglieva gli uffici e gli ambienti dove William Perry viveva.

In base ai pochi documenti disponibili del periodo, si evince che l'attività di Perry fosse già ben avviata e potesse contare su una scelta di prodotti piuttosto ampia:

vini provenienti da Lisbona, dalla Bucelas, Madeira, una spedizione di Vidonia dalle Canarie, alcuni vini di Bordeaux. Non mancavano anche Rum proveniente dalle Americhe, Brandy francese, Gin e Holland Gin. Poiché l'attività dei mercantili era fondamentale per la sopravvivenza di quelle realtà commerciali che, come quella di Perry, importavano prodotti via mare, la figura del capitano di vascello non passava di certo inosservata.

Il Capitano Thomas Harvey aveva suscitato negli animi dei suoi marinai una sorta di timore reverenziale che lo aveva dipinto come uno dei più rispettabili comandanti di Bristol. Tragicamente o eroicamente, come alcuni raccontarono, inghiottito dalle acque impietose dell'Atlantico durante una traversata, lasciò un figlio, il futuro capitano Thomas Harvey II, il quale tuttavia non godette della stessa fama.



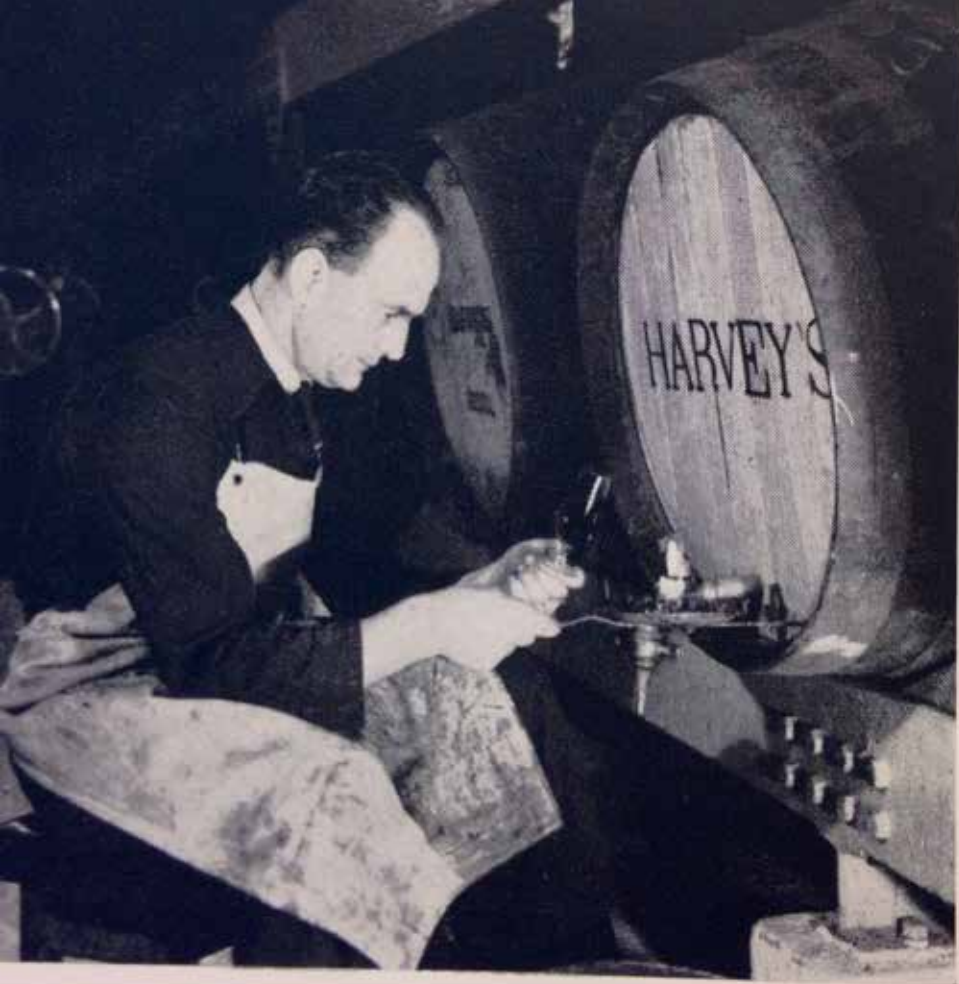
11. A miniature of Captain Thomas Harvey, junior.

Thomas Harvey II si sposò una prima volta nel 1793 e successivamente nel 1805 con Anne Urch, il cui fratello Thomas era socio in affari con William Perry, ed ebbe un figlio, John Harvey. Sebbene fosse stato persuaso a continuare la tradizione familiare nel settore navale, il giovane ragazzo, appena sedicenne, decise di intraprendere un percorso ben diverso. Era il 1822 e John Harvey entrò in società con lo zio Thomas e William Perry: nacque così quella che oggi è John

Harvey & Son. Degli otto figli che John Harvey ebbe, due in particolare devono essere menzionati per aver dato un notevole impulso e prestigioso a questo marchio. John Harvey II ed il fratello Edward, furono entrambi a capo della compagnia dal 1893 al 1910. Registrarono ufficialmente il marchio John Harvey & Son nel 1871 e successivamente inaugurarono il settore dedicato all'esportazioni su larga scala, il cui primo ordine fu destinato a Mombasa nel 1884.

I traguardi che maggiormente riassumono la scalata al successo di questo pluricentenario marchio sono due. Nel 1882 una distinta signora venne invitata dai fratelli Harvey a visitare le loro cantine per assaggiare un nuovo blend messo appunto da John e che aveva richiesto alcuni anni di tentativi prima di essere pronto. La signora assaggiò quello che era conosciuto come Bristol Milk, poi provò il

L'ASSAGGIO
QUI SOPRA LA
SCENA DELLA
DISTINTA
SIGNORA CHE
PROVA IL
NUOVO BLEND
NELLE CANTINE
HARVEY.
A SINISTRA
THOMAS
HARVEY JR.
NELLA PAGINA
ACCANTO JOHN
HARVEY E UNA
PUBBLICITÀ
D'EPOCA.



37 Mr. G. Long, the head bottler, at work in the cellars



38 The Tunnels—the cellars where vintage wines are stored

nuovo e più delicato blend, ed esclamò: «Se quello è milk, allora questo è cream». Nacque così un prodotto di successo, ancora oggi presente nei principali mercati internazionali e nelle selezioni dei migliori ristoranti e bar: l'Harvey Bristol Cream, che i fratelli Harvey si premunirono di registrare nel 1886. Composto essenzialmente da uno specifico blend di Sherry Fino, Amontillado, Oloroso con aggiunte di Pedro Ximenez, negli anni a venire il prodotto crebbe in popolarità tanto da diventare un vero e proprio stile di Sherry, Cream appunto, oggi ufficialmente inserito nella denominazione riconosciuta dal Consejo Regulador of the Denominations of Origin "Jerez-Xérès-Sherry".

Secondo avvenimento d'importanza storica fu l'assegnazione, nel 1895, del prestigioso Royal Warrant da parte della Regina Vittoria, successivamente confermato dai vari regni che succedettero sino ad arrivare a quello assegnato dalla Regina Elisabetta nel 1969. Lo scoppio



Bottling and wrapping in the Cellars of Messrs. John Harvey & Sons Ltd., Bristol.

della Prima Guerra Mondiale, nel 1914, impegnò Harvey a rifornire costantemente i militari impegnati al fronte ed in particolare quelli costretti negli ospedali. La guida della compagnia, nel frattempo succedutasi alle varie generazioni, vide la figura di Eddy Harvey come la transizione all'epoca moderna.

Sebbene fortemente attaccato alle tradizioni e restio a innovare la filiera produttiva delle sue cantine, nel periodo che lo vide in carica dal 1919 al 1937, Eddy Harvey fu costretto a cedere il passo all'avvento di nuove attrezzature che avrebbero velocizzato considerevolmente la produzione: imbottigliatrici, etichettatrici sono solo alcune di quelle migliorie che sostituirono le tradizionali operazioni manuali, mantenendo comunque lo stesso standard qualitativo. Questi cambiamenti, seppur radicali, consentirono di adeguarsi al cambiamento di abitudini della clientela e mantenere la stessa posizione nel mercato. L'invenzione dell'automobile com-



34 The old premises, destroyed in 1940 by enemy bombing

portò maggiore facilità di spostamento e coloro che ne disponevano preferivano recarsi più spesso nei ristoranti a consu-

STORIA

ALCUNE IMMAGINI D'EPOCA DELLA PRODUZIONE NELLA JOHN HARVEY & SONS A BRISTOL. IN BASSO LA FABBRICA BOMBARDATA DURANTE LA SECONDA GUERRA MONDIALE.



mare i loro vini preferiti invece di stoccare grosse quantità nelle loro cantine private. Il Proibizionismo americano non penalizzò più di tanto Harvey. Alla sua abrogazione, nel 1933, le spedizioni attraverso l'Atlantico ebbero un nuovo impulso.

Lo Sherry Harvey aveva consolidato la sua immagine anche negli Stati Uniti e gli anni '30 videro le vendite di Sherry superare quelle di Porto per la prima volta. Nel 1940, nel corso della Seconda Guerra Mondiale, la Luftwaffe bombardò pesantemente il porto di Bristol, vitale per l'invio di rifornimenti alle truppe inglesi. A farne le spese fu anche la sede di Harvey in Denmark Street. Nonostante i bombar-

damenti avessero distrutto buona parte dell'edificio, causato la perdita dei registri dell'epoca e altri documenti di rilevanza storica, le cantine rimasero intatte garantendo così scorte necessarie per soddisfare la domanda di mercato. Nel 1954, nella stessa sede vennero ricostruiti uffici più moderni e funzionali.

Un mercato sempre più esigente richiedeva maggiore disponibilità di volumi: era necessario ampliare l'area di stoccaggio dei vini e facilitarne le spedizioni. Nel 1960 la Harvey si trasferì nella periferia di Bristol, più precisamente a Whitchurch Lane. Da qui in poi la scalata al successo fu inarrestabile, caratterizzata da



partnership importanti, tra cui quella con il noto brand di Porto Cockburn Smithes, al tempo leader nel mercato britannico. Nel 1970 Harvey acquistò il produttore di Sherry Mackenzie & Co, di base a Jerez de la Frontera. In questo modo si poteva controllare direttamente tutta la filiera produttiva dei vini che commerciava e facilitare le spedizioni ai paesi all'interno e al di fuori dall'Europa. Nel 1985, con l'acquisizione delle aziende spagnole di Brandy Fernando A.de Terry e Palomino y Vergara, Harvey divenne definitivamente la più grande azienda di Sherry al mondo, con vigneti, bodegas e stabilimenti per la vinificazione secondi a nessuno.

La celebrazione del bicentenario della fondazione dell'azienda nel 1996 fu molto singolare. Venne ripercorsa la rotta originaria da Bristol a Cadice della nave Jesus



BLU
LE BOTTIGLIE
DAL
CARATTERISTICO
COLORE.
A DESTRA IL
NEGOZIO IN
PALL MALL A
LONDRA.

Maria y Josef, che nel luglio 1796 salpò dalle coste spagnole carica del prezioso vino che avrebbe reso così celebre la famiglia Harvey. Oggi Harvey Bristol Cream e le altre tipologie di Sherry prodotte sono saldamente presenti e leader nel mercato UK e in quelli esteri.

Recandosi al numero 12 di Denmark Street si può visitare l'Harvey Cellar, pittoresco e originale cocktail bar. Questo sorge su quello che un tempo erano le cantine storiche ed il museo, che non esiste più.

Oggi la John Harvey & Sons ha sede in Spagna, da dove gestisce tutte le operazioni commerciali e la sua poca memoria storica risiede negli archivi storici di Bristol e Londra. Nell'Harvey Cellar risaltano le tipiche bottiglie di colore blu elettrico con la H stampata sul fondo, quelle originali usate anni addietro, e che erano state conservate nell'allora museo. Oggi ricoprono una intera parete dell'Harvey

Cellar. La scelta di queste bottiglie non fu un caso. Bristol è stata famosa, oltre che per il suo porto marittimo, anche per la lavorazione del vetro. La tipica colorazione blu, definito proprio Blu Bristol, si ottiene dall'aggiunta di monossido di cobalto durante il processo di fusione. Bristol è celebre per questo vetro perché la sua lavorazione ha radici ben profonde nella storia della città. I manufatti più antichi risalgono già al XIII secolo.

Bristol lega la sua storia al vetro, al suo porto, alle navi e ai loro capitani. Uno di questi, Thomas Harvey, avrebbe associato il suo nome a uno dei marchi di Sherry più importanti della storia, parte di Bristol da 220 anni.

Luca Rapetti

SMOKING (twist di Tuxedo) di Claudio Peri
The Soda Jerk – Verona

INGREDIENTI

- 20 ml Mezcal
- 20ml Martini Dry
- 20ml Dry Sack Sherry
- 2,5 ml Liquore delle Sirene
- 1 dash Luxardo Maraschino
- 2 dash Orange Bitter
- 2 dashes Pernod Absinthe

Tecnica: stir and strain. Glass: coppetta ghiacciata.

Guarnizione: lemon discared



CADIZ di Luca Rossi - Muà Lounge - Genova

INGREDIENTI

- 3cl Dry Sack Sherry
- 3cl Ysabel Regina Brandy
- 2cl Vermouth Cocchi
- 5/6 gocce bitter Rabarbaro Fee Brothers

Tecnica: Mix & Strain. Glass: coppetta.

Guarnizione: scorza di arancia



EL SUENO di Luca Rossi
Muà Lounge – Genova

INGREDIENTI

- 3 cl Harvey Bristol Sherry Cream
- 1 cl sciroppo vaniglia
- 2 cl Frangelico
- 3 cl crema di latte
- 5/6 gocce Black Walnut Bitter Fee Brothers

Tecnica: Shake & Strain. Glass: coppetta. Guarnizione:

noce moscata – scorza di arancia

OCEAN BREEZE di Riccardo Semeria
The Fumoir Bar – Claridge's – Londra

INGREDIENTI

- 45ml Laphroaigh Whisky 10yo
- 45ml Dry Sack Sherry
- 10ml cordial al carciofo*
- 2 gocce di salsa di soia
- 2 gocce Angostura

Metodo: mix and strain. Glass: coppetta

cocktail. Guarnizione: alga Nori croccante.

*Cordial: fare un infuso con una tisana al carciofo e miscelarla con zucchero semolato (1:1) Alga croccante: tagliare strisce larghe 2cm e lunghe 8cm circa, immergerle in olio caldo fino a raggiungere la croccantezza desiderata (pochi secondi)



CREAM OF THE CROP di Jonatan Ferri Abarbanel
Les Rouges – Genova

INGREDIENTI

- 5cl Macallan 10yo,
- 3cl Harvey Bristol Cream,
- 1cl Luxardo Sangue Morlacco
- 0.5cl liquore menta Origine
- 3 drops Aztec Chocolate bitters
- 3 drops Laphroaigh Whisky

Metodo: stir & strain. Glass: coppetta. Guarnizione: foglia di menta



EARTH & SKY di Matteo Rebuffo Abarbanel
Les Rouges – Genova

INGREDIENTI

- 50ml Sipsmith Gin
- 25ml Sherry Dry Sack
- 10ml crème de violette Tempus Fugit
- 2 drop Kummel Quaglia
- 2 drop bitter al bergamotto

Tecnica: stir & strain. Glass: coppetta. Guarnizione: twist di pompelmo



SHERRY PANKY di Vincenzo Losappio
Samanà Cocktail Bar – Barletta (Ba)

INGREDIENTI

- 30 ml Gin London N.3
- 30 ml Sherry Cream
- 5 ml Maraschino Luxardo
- 1 dash Bitter Aztec Chocolate Fee Brothers
- Velluto di Fernet Branca

Metodo: stir & strain. Glass: Sherry copita.

Guarnizione: buccia di arancia



EL SUENO di Mattia Cilia
Mixology Living Room – Ragusa

INGREDIENTI

- 25 ml Bitter Campari infuso ai fiori della festa*
- 25ml Dry Sack Sherry
- 2 dash tintura homemade ai semi di cardamomo
- 3 drop homemade umami
- 20 ml spuma bionda Polara

Metodo: build su ice chunk. Glass: Old Fashioned.

Guarnizione: rametto di lavanda

* Macerazione per 7 giorni di un mix di 9 tipi fiori edibili disidratati.





EDMOND BRIOTTET
Maison fondée en 1836

oltre 30 gusti



BEVI RESPONSABILEMENTE



GHILARDISELEZIONI

www.ghilardiselezioni.com



BERTO

ANTICO

OPIFICIO

BITTER

LIQUORE AMARO

SORSI GIUBILARI

Dalle celebrazioni per Giorgio V ai fasti elisabettiani, i cocktail delle grandi feste

DI FABIO BACCHI



I giubilei reali sono eventi che non si ripetono spesso e sono notevoli. Il primo sovrano della Gran Bretagna a celebrarne uno fu Re Giorgio III che nel 1809 celebrò il suo giubileo d'oro. Il giubileo d'argento di Giorgio V fu un momento prodigioso per il bartending londinese del tempo.

Nel 1887 sarebbe stata la Regina Vittoria a ripetere un giubileo d'oro. Al suo giubileo reale erano programmate le celebrazioni per il suo giubileo, tra Re e Principi, parteciparono i rappresentanti di più di 30 nazioni. La parata reale di tutto il mondo. La parata del 1910. Regate veliche, parate militari allestita per l'occasione fu una festa maestosa che il romanziere Mark Twain ebbe a scrivere che «si estendeva al limite della vista in entrambe le direzioni».

Nel *Cafè Royal Cocktail Book* di William J. Tarling è ben rappresentato il momento in cui tutti i bartender dei migliori hotel londinesi decisero di commemorare con un proprio cocktail il giubileo d'argento del loro sovrano, al punto da sorprendere il popolo verso il suo sovrano, al punto da sorprendere il popolo inglese mostrava il suo affetto non tan-



RICORRENZE
A SINISTRA
UNA
CARTOLINA DEL
SILVER JUBILEE.
SOPRA RE
GIORGIO V
DURANTE IL
SILVER JUBILEE.
IN BASSO IL
LIBRO DI
WILLIAM J.
TARLING.

to per celebrare il re, ma il regno e l'impero che vivevano un momento molto difficile ma comunque migliore di quello di altre monarchie europee. Semmai la vicinanza del popolo si fosse manifestata verso un membro della famiglia reale, questa fu certamente nei confronti dell'amata Regina Vittoria in occasione dei suoi 60 anni di regno. Di positivo c'era la convinzione che tale evento costituisse un volano per l'economia. È in questo contesto che i bartender londinesi del tempo decisero di omaggiare l'imperatore con i loro cocktail. Il testo *Cafè Royal Cocktail Book* di J. W. Tarling del 1937, e del quale abbiamo già parlato, contiene più di 10 ricette ispirate al giubileo reale.

L'associazione dei bartender inglesi del tempo decise di applicare il termine "Jubilation" e "Silver Jubilee" a due ricette inventate dall'allora suo Pres





EVENTI
QUI SOPRA
UNA FOTO
D'EPOCA DEL
SILVER JUBILEE
NEL 1935.



The President:
HARRY CRADDOCK, Esq.,
Of The Savoy.

dente, Harry Craddock, in forza al Savoy. Questa attribuzione dei termini era una sorta di copyright sulle due ricette di Craddock. Sarà stata una

*I bartender
londinesi
del tempo
omaggiarono il re
imperatore con la
creazione dei loro
nuovi cocktail*

Harry Craddock, of the Savoy. By coincidence Tony, of the Trocadero Restaurant, and Alex, of the Cumberland Hotel, two other cocktail experts, each made two cocktails and christened them by the same names». Sembra che l'UKBG (United Kingdom Bartenders Guild) fosse arrivato a paventare anche un'azione legale contro i trasgressori alla sua volontà, ma tutto si risolse amichevolmente tra i bartender che trovarono il modo di usare in modo discreto e personale, senza ripetizioni, il termine in questione. Sul quotidiano del *Cafè Royal Cocktail Book* si trovano infatti: Jubilee Hermitage, Jubilant, Jubilance, Jubilee Joy, Jubilee Monday, Jubilee Rhapsody, Jubileesha, Jubilee Special, Jubiliana, Jubilee Ideal e King's Jubilee, le ultime due entrambe di Harry Craddock, e il Silver Jubilee dello stesso J.W.

COCKTAILS

KI-KO

CO

**KING'S
JUBILEE**
Invented by
Harry Craddock

1/4 Lemon Juice.
1/4 Luxardo's Maraschino (Dry).
1/2 Daiquiri Rum.
Shake and strain into cocktail glass

KNICKERBOCKER

3/4 Rum



Guild Notes

(Continued from page 7.)

REGISTRATION OF NEW COCKTAIL AND TITLE.

I have received the following title and recipe from William James Tarling, American bartender, Cafe Royal, Regent Street, London, to be registered as his invention and as his title:

SILVER JUBILEE (copyright reserved).

- 1/4 London Dry Gin.
- 1/4 Fresh Cream.
- 1/4 Creme de Banane (Banana Liqueur)

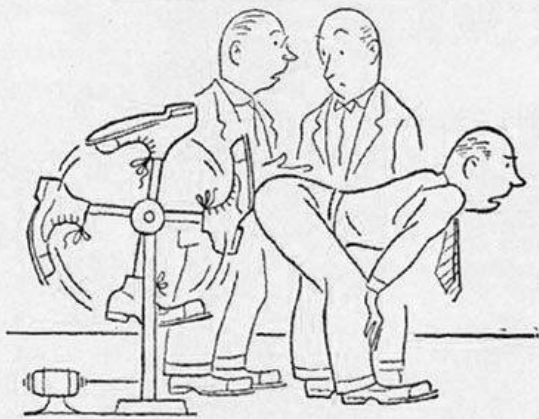
(To be well shaken with Ice).

It is interesting to note that this cocktail has been invented by Tarling to commemorate the Silver Jubilee of their Majesties King George V. and Queen Mary in 1935, and when mixed appears in the glass as a creamy colour, which is the nearest that can be got to silver.

LIBRI
QUI SOPRA LE
RICETTE DI
TARLING E
CRADDOCK.

Tarling autore del libro, che era compoappetta. La singolarità è data dal fatto che la ricetta è composta da 1/2 Booth's Gin, 1/4 di panna eche, sino a prova contraria, è la prima volta che in una ricetta il Maraschino, 1/4 di Crème de Banane liqueur.

Le ricette più interessanti sul temluxardo, viene citato con il suo brand. Sono le due di Harry Craddock. Il Jubilee è sicuramente una specie ca dell'autore. Ideal comprende 1/2 Seagram's Bourbonnel sottolineare la preferenza accorda-bon Whiskey, 1/4 French Vermouth, 1/4a alla marca. Altra particolarità è da Martini Sweet Vermouth e lemon squeta dalla presenza di un Rum, il Daiquiri eze. Il King's Jubilee è la ricetta più inCoctelera, molto utilizzato nelle ricette teressante e ha una particolarità. Esspresenti sul libro. Il Daiquiri Rum era è composta da 1/4 di succo di limoneproprietà della Compagnia Ron Daiquiri 1/4 di Luxardo Maraschino (dry), 1/4.S.A. di Habana, Cuba, ed era presen-Daiquiri Rum, shakerata e servita inte sul mercato con le referenze Cordon



"He just found out you can get good rum without paying an import tax!"

How? Just ask for DAIQUIRI Coctelera Rum. This delicious, light-bodied Puerto Rican masterpiece—considered one of the finest rums in the world—costs you not one cent of duty.

Perfect in a Cuba Libre. Perfect in a Daiquiri. Perfect in a Rum Collins. Try it!

DAIQUIRI COCTELERA RUM

either "White" or "Gold," both 86 proof

Canada Dry Ginger Ale, Inc., New York, N. Y., Sole Distributor



INGREDIENTI
SOPRA,
ALCUNE
PUBBLICITÀ
DEL DAIQUIRI.
A DESTRA IL
KINGS JUBILEE
COCKTAIL
REALIZZATO
CON IL
MARASCHINO
LUXARDO.

Blanco, Cordon de Oro, Jamaica Special e Anejo.

Il King's Jubilee è una chiara ricettà Elisabetta II nel 2012. La prima appa- di ispirazione cubana nella quale la criticazione in pubblico di Elisabetta II con il città è data dall'acidità del limone. Il Ma principe Filippo di Grecia e Danimarca, raschino Luxardo perfeziona il punto di suo marito e Duca di Edimburgo, equilibrio con la sua delicata dolcezza fu proprio al Savoy nel 1946. In quel- e serve a prolungare il gusto combinata occasione il principe Filippo chiese to con i sapori primari degli ingredienti. re Giorgio VI la mano di sua glia. Il Nella sua apparente semplicità il King'sre accettò a patto che la promessa di Jubilee è un armonico capolavoro di matrimonio fosse annunciata non prima equilibrio gustativo. Era un tempo in cui del compimento dei 21 anni di età della



Principessa, nell'aprile del '47. Così fu.

Erik ha voluto creare, più che una ricetta nuova, una cocktail experience. In una fontana posizionata antistante il Savoy Erik ideò un punch, il Jubilee Cocktail. Era a base di Gin, sherbet d'arancia e pompelmo, succo di limone, scorzatura, infusione di tè earl grey e Champagne. I 120 invitati al ricevimento organizzato per l'evento potevano servirsi direttamente dalla fontana durante un simpatico street party. Erik lavorò un giorno e una notte per preparare i 360 litri di cocktail necessari e colmare la fontana. Prima di Elisabetta II l'unico giubileo di diamante fu quello della Regina Vittoria. Sarà un fortuito caso, ma Vittoria ed Elisabetta II, in tempi diversi, sono le regine reali più amate nella storia della corona inglese.

Fabio Bacchi



REALI
SOPRA, IL
JUBILEE
COCKTAIL DI
ERIK LORINCZ
IN ONORE
DELLA REGINA
ELISABETTA II.
IN BASSO
SELFRIDGES
DURANTE IL
SILVER JUBILEE
DEL 1935.

BENVENUTI AL CITY SOCIAL

Nel cuore della City, la tradizione inglese secondo Jason Atherton

DI GIULIA ARSELLI

Prendere una stella Michelin dopo il mondo dopo Wall Street. Questi soli 6 mesi dall'apertura, in un ristorante fanno parte di Social Group, il gruppo ristorativo creato da Jason e che conta oggi 15 ristoranti sparsi per il mondo. In tutti ristoranti di Jason si respira la visione di Jason Atherton. Imprenditore inglese, noto chef cresciuto alla corte di Gordon Ramsay, Jason aprì il suo primo ristorante a Shangay nel 2010, il Table Non 1. Ma la consacrazione di Jason Atherton sarebbe avvenuta a Londra con l'apertura del *Pollen Street Social*, il suo primo ristorante a ricevere l'ambito riconoscimento. Una costante di tutti i ristoranti di Social Group è quella di dedicare particolare attenzione al bar. Il *City Social* punta su

Il *City Social* gode di una posizione strategica in un menù che cerca di dare spazio alla tradizione dei sapori inglesi ma non in modo radicale. Sono intuibili contaminazioni asiatiche, mediterranee e francesi



BARTENDER
ANDREA
BRULATTI CON
TIM LAFERLA
(A DESTRA).

in un menù diviso tra crudo, cotto, pasta, riso e grill.

Il General manager è Mr. Andy Downton e alla guida della cucina Jason Atherton ha chiamato nel ruolo di executive chef Paul Walsh, già con Marcus Wareing al *Savoy Grill* e con il quale contribuì alla conquista della Michelin star, la prima nella storia centenaria del posto, e poi anche lui con Gordon Ramsay in Royal Hospital Road. Paul Walsh è affiancato dall'head chef Julien Imbert. Il ristorante dispone anche di una private room per lunch e dinner riservati e l'esclusivo chef's table che è collocato proprio di fronte la cucina e in una posizione dalla quale si gode di una panoramica unica sullo skyline londinese.

Il *City Social* occupa un intero piano della Tower 42. Gli interni costituiscono un ambiente elegante, scuro e in stile Art

Il City Social punta sostanzialmente su un menù che dà spazio alla tradizione dei sapori inglesi senza eccessi. Chiare le contaminazioni asiatiche, mediterranee e francesi



déco reso contemporaneo dalla magnifica vista che si vede dalle vetrate. L'ottone fa bella mostra di sé e un soffitto a specchio dilata la sensazione di spazio, pannelli di legno, note cromate e vetri fumè giocano benissimo con le tonalità di luce esterna che filtrano attraverso le grandi vetrate. L'ambiente bar è simile al resto del locale, con complementi di cuoio e velluto che rimandano a un'atmosfera anni '30.

Alla guida del bar vi è Tim Laferla, australiano e già tre volte finalista di World Class (due volte per UK e una per l'Austra-

lia). Il bar è molto elegante e la cocktail list è estremamente curata. Tim Laferla è affiancato al bar del *City Social* dal giovane Andrea Brulatti appena arrivato in forza al *City Social* direttamente dal *Beaufort Bar* del Savoy. Andrea confessa «una passione per la scienza del bere miscelato fin dall'adolescenza, quando decisi di iscrivermi alla scuola alberghiera. Dopo aver finito gli studi, l'esame di maturità e qualche esperienza in estate al Forte Village Resort in Sardegna, capii che era il momento di spostarmi nella capitale mondiale dei cocktail, Londra».

Andrea, bolognese di 25 anni, arrivò a Londra ad appena 19 anni e la sua esperienza spiega la precocità di certe carriere. «A 19 anni mi lanciavi nel ritmo frenetico della capitale inglese e subito mi innamorai dello spirito londinese. Sanno interpretare meglio i tempi di crisi, cercando nuove opportunità, poco, pochissimo spazio ai piagnistei. Non aspettano nessuno, se tu non ti adegui ai loro tempi e modi puoi andare elegantemente fuori. Corri, devi correre specialmente a Londra,



le lancette dell'orologio vanno 4 volte più veloci, corri nella metropolitana, corri a quell'appuntamento, a pausa pranzo, corri tra mille impegni e impari cosa vuole dire veramente la parola multi-tasking». Andrea iniziò la sua avventura londinese in un ristorante, il *Circus*, e oggi ricorda quel tempo con riconoscenza «durante un servizio ti verranno chieste 5 cose diverse e di essere in 6 posti diversi allo stesso momento. E devi farcela. Ma in questo modo impari a capire le priorità, una skill utilizzabile in ogni aspetto del mondo del lavoro».

La promozione a bartender arrivò anche grazie al suo mentore Gabriele Menini, che gli trasmise le regole base della miscelazione, il rispetto degli ingredienti, l'equilibrio tra semplicità e innovazione. Dopo il *Circus* arrivarono il *London Cocktail Club Goodge Street* e l'occasione della vita, quella che cambia tutto. «Poi il posto dei tuoi sogni, una chance, l'opportunità di essere parte della storia. Arrivai al Savoy e divenni Senior Bartender al *Beaufort Bar*, un bar che ha già scritto un



piccolo pezzo di storia sfidando il leggendario bar della porta accanto, l'*American Bar*». Nel 2015 il *Beaufort Bar at Savoy* è stato insignito del premio di "Best International Hotel Bar" agli Spirited Awards a Tales of The Cocktail 2015, di entrare nella classifica dei 50 World's Best Bars e di diventare uno dei bar di riferimento a livello mondiale. In un posto come il Savoy si può davvero apprendere un livello superiore di conoscenze e tecniche di miscelazione, lavorare con diverse consistenze e strutture dei drink, il concetto di

CITY SOCIAL
 ALCUNE
 IMMAGINI
 DELLE SALE E
 DELLA VISTA SU
 LONDRA.
 IN ALTO A
 SINISTRA
 ANDREA
 BRULATTI.
 NELLA PAGINA
 ACCANTO
 JASON
 ATHERTON.

chef-bartender, intuire le nuove mode. Ma si realizza anche l'importanza di rappresentare un bar così importante e impresso nella memoria della gente».

Il *Beaufort Bar* era guidato dal talentuoso Chris Moore, affiancato da un team italiano composto da Lorenzo Antinori e Fabrizio Fiorito. «Ho passato due anni fantastici dove si viaggiava a "gas spalancato". Quando la necessità di cambiamento si è fatta sentire, volevo avere un'opportunità, guidare un team, imparare a di-

ventare un leader. Qui al *City Social* avrò finalmente l'opportunità di guidare il mio team e il mio bar verso il successo». Un consiglio per i tuoi coetanei che iniziano? «Non essere presuntuosi. Porsi sempre delle domande su sé stessi, se si stia facendo la cosa giusta e perché. Partire dal basso ed eccellere nelle abilità basilari in modo da poter affinare nel futuro quelle più complicate». Quando si dice avere le idee chiare.

Giulia Arseli

LE RICETTE DEL CITY SOCIAL

SHISON FIRE

INGREDIENTI

- 50ml Tequila Altos Blanco
- 20ml hm purea di wasabi e mela verde
- 25ml succo di lime
- 15ml hm sciroppo di shiso .

Garnish: sale nero lavico e foglia di shiso



OH MY GOURD!

INGREDIENTI

- 50ml Tequila infusa con zucca fresca
- 4 dash lychee liquore
- 25 ml succo di lime
- 15ml agave syrup

Garnish: con zucca disidratata



THE LEAF EATER

INGREDIENTI

- 35ml Beefeater Gin
- 15ml lemon verbena
- 15 ml Tio Pepe
- 15ml orzata
- 20ml succo di limone
- 2 dash orange bitter

Garnish: worms rice, lemon verbena



THE ROOT OF ALL EVIL

INGREDIENTI

- 20ml hm sciroppo alla mela acida
- 20ml succo di lime
- 40ml Appleton VX Rum infuso con noci
- Top up root beer

Garnish: menta, noci glassate con zucchero, banconota finta.



THE FREEDOM OF PEACH

INGREDIENTI

- 50ml Bourbon Bulleit
- 15ml succo di limone
- 20ml Rinquinquin
- 10ml Aperol
- Top up hm soda al jasmine tea

Garnish: scorza di pomelo e jasmine flower





BEVI RESPONSABILMENTE



ELEGANCE IN THE SPIRIT

VERMUT . TORINO . SINCE . 1837
RISERVACARLOALBERTO . COM

ENJOY RESPONSIBLY

AROMA DI GUSTO

Violetta: tocco fiorito per Parfait Amour e Creme Yvette

DI DARIO D'AVINO



Fin dai primissimi approcci all'alcol il tema di aggiungere sapore, sfruttando tutto quello che di interessante la natura poteva fornire, è stato declinato in tutte le forme.

La liquoristica, nata probabilmente dall'utilizzo medico degli infusi in alcol di erbe spezie e radici, prende presto, parallelamente, una direzione in cui si presta una fondamentale attenzione alla selezione degli ingredienti. Pare che originariamente venissero selezionati in base alla caratteristica, data dal gusto intenso, di rendere meno evidenti e sgradevoli i difetti di distillazione dell'alcol di base.

Oggi, invece, assistiamo a una vera esplosione del fenomeno della liquoristica che, complice una certa deriva del mercato, ci propone una serie enorme di prodotti che sfruttano le più disparate tecniche produttive e una mole impressionante di ingredienti e aromi, naturali o di sintesi, per ottenere la più vasta gamma ed il maggior numero di combinazioni

possibili di gusto. Seppure dunque, l'operatore attento al mercato, dovrà porre una certa attenzione nella selezione di ciò che riterrà valido e interessante da quello che si caratterizza solo come moda del momento, non potrà non trarre giovamento dal fatto che, in tutta questa rincorsa alla novità una serie di produttori hanno colto l'opportunità per dare nuova spinta a una serie di produzioni storiche e tradizionali che negli anni avevano perso importanza, relegate a piccole produzioni regionali, se non addirittura scomparse.

È questo il caso dei liquori di violetta: frutto della tradizione italo francese di raccogliere ed utilizzare fiori edibili, la violetta è stata utilizzata spesso in liquoristica: in abbinamento ad altri prodotti (Parfait Amour, Creme Yvette) o come ingrediente chiave di quello che noi oggi conosciamo come Liquore di Violetta o Crème de Violette. Ecco i liquori di violetta selezionati da BarTales.

LIQUEUR DE VIOLETTE EDMOND BRIOTTET - 18% ALC.

È il 1836 quando quella che oggi porta il nome di Maison Briottet viene fondata, inizialmente come rivendita di vino, da James Demontry. Passano pochi anni e nel 1841 la Maison inizia a produrre un particolare prodotto, frutto della macerazione del ribes nero in alcol che anni dopo (1923) verrà ufficialmente registrato con il nome di "Cassis de Dijon". Ed è proprio il Cassis e il suo successo commerciale che spingeranno Edmond Briottet, nel frattempo addivenuto a capo della Maison, a puntare sulla produzione liquoristica d'eccellenza sviluppando nel tempo una vera e propria gamma di prodotti i cui ingredienti rappresentavano il meglio che il territorio della Borgogna avesse da offrire.

Uno dei liquori che più ha suscitato interesse e più si è contraddistinto nel corso degli anni per la sua particolarità organolettica ed il suo affascinante colore è il Liqueur de Violette. Ottenuto dalla macerazione in alcol neutro della viola odorata Pallida Plena, dai più conosciuta come Viola di Parma, il liquore viene addolcito e allungato fino a portarlo ad una gradazione, contenuta, di 18 gradi che lo rendono estremamente rotondo pur non sminuendone la carica aromatica. Sia al palato che al naso la viola è assolutamente protagonista, le sue note intense e pungenti colpiranno per freschezza e armonia, restituendo la sensazione di avere innanzi un vero e proprio omaggio al fiore. Il finale è lungo e persistente, complice anche una certa dolcezza. Attualmente la Maison Briottet è guidata da Gérard Briottet che rappresenta la quarta generazione al timone dell'azienda e sovrintende a che tutto sia portato avanti con gli standard e la qualità dei suoi predecessori.



CREME DE VIOLETTE ROTHMAN & WINTER DESTILLERIE PURKHART - 20% ALC.

Giunti alla terza generazione a guidare l'azienda di famiglia, alle Destilleries Purkhart hanno ben chiaro come fare della liquoristica di qualità: ingredienti freschi e alcol di pregio; principi semplici, ma che hanno saputo far conoscere l'impresa austriaca, fondata nel 1932 da Theodor Purkhart, in tutto il mondo. Fedele alla filosofia aziendale la Crème de Violette viene prodotta utilizzando solo viole della tipologia Queen Charlotte e March Violets raccolte sulle Alpi. I fiori, opportunamente mondati e lavati, sono posti in una base alcolica di brandy (Weinbrand) e lasciati



in infusione senza l'aggiunta di nessun altro ingrediente: non c'è uso di vaniglia o di altri frutti che potrebbero alterare il delicato sapore delle viole. Il liquore così ottenuto viene dolcificato unicamente con zucchero di canna e imbottigliato a 20 gradi alcolici. La Crème de Violette Rothman & Winter colpisce al primo impatto per il suo meraviglioso colore intenso e carico. Al naso si percepisce una nota pungente, carica fino a sfiorare l'eccesso, al palato invece risulta evidente un buon bilanciamento tra il sapore pulito e delicato delle viole e la nota dolce rendendo il finale estremamente graduale e pulito.

Da notare come la Crème de Violette Rothman & Winter sia stato il primo liquore di violetta a essere importante nel 2007 da Haus Alpenz nel mercato americano, andando a colmare un vuoto che durava da parecchi decenni.

LIQUEUR DE VIOLETTE DISTILLERIE G. MICLO - 18% ALC.

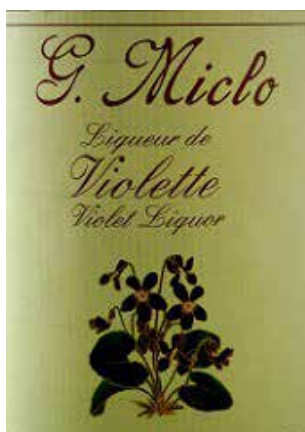
In Alsazia, dove scherzosamente si racconta che ci siano più distillerie che alberi da frutta, Gilbert Miclo ha fondato la sua distilleria nel 1962, nel piccolo villaggio di Lapoutroie ai piedi della catena montuosa dei Vosgi. Sin da subito la scelta è stata

quella di seguire i più rigidi e rigorosi standard per ottenere un risultato che premiasse la qualità anche a discapito della quantità. E i riconoscimenti non sono tardati ad arrivare.

In un contesto particolarmente sensibile come è quello che gira intorno al mondo delle eccellenze enogastronomiche francesi, i prodotti delle Distillerie G. Miclo hanno presto trovato un riscontro importante venendo inseriti tra le proposte di numerosi ristoranti stellati e importanti rivenditori di settore. Attualmente la distilleria conta circa 15 dipendenti e una produzione totale di 200.000 bottiglie l'anno quasi tutte destinate al mercato francese e a pochi selezionati mercati esteri.

Il Liqueur de Violette, come tutti gli altri liquori delle Distillerie G. Miclo, viene prodotto mettendo i petali di viola in infusione in acquavite distillata in loco e successivamente addolcendo e allungando fino a raggiungere la gradazione desiderata; l'imbottigliamento, in bottiglie da mezzo litro ben curate anche nell'aspetto estetico, viene sempre preceduto da una fase di filtraggio atta a eliminare eventuali residui naturali. Il liquore delle Distillerie G. Miclo appare alla vista leggermente più chiaro di quello che uno potrebbe aspettarsi,

sensazione restituita anche al naso da un aroma piacevole e leggero, che ricorda in modo estremamente fedele quello del fiore; al palato risulta elegante, armonico, la nota dolce non sovrasta per nulla le caratteristiche della violetta, che anzi lascia intendere anche una appena accennata sensazione di asprezza che non dispiace per nulla.



LIQUEUR DE VIOLETTE TEMPUS FUGIT SPIRITS - 22% ALC.

Nata con l'intenzione di fare rivivere ricette storiche della liquoristica mondiale perse ormai da anni, o abusate e stravolte dalle massive produzioni industriali, la Tempus Fugit Spirits ha concentrato sin da subito i propri sforzi produttivi verso quei liquori considerati dei "modificatori": che accompagnano dunque i distillati nella realizzazione delle grandi ricette classiche della miscelazione. Nella maggior parte dei casi per ricreare sapori persi ormai nella storia si è dovuto provvedere a una attenta esegesi di testi antichi, disciplinari e ricette abbandonate da tempo. È questo il caso del Liqueur de Violette, per produrre il quale Tempus Fugit Spirits si è affidata a una ricetta francese della metà del 19esimo secolo e all'esperienza personale di un noto distillatore svizzero, Oliver Matter. Le violette vengono raccolte a mano, in Francia lungo i litorali della Costa Azzurra, e messe in infusione in base alcolica affinché rilascino tutti i sentori caratteristici; prima dell'imbottigliamento il liquore viene addolcito leggermente e allungato, ma senza l'aggiunta di nessun altro elemento che possa incidere sul sapore o sul colore. Il risultato infatti, alla vista appare differente da quello che ci si aspetterebbe, essendo di un colore più tendente al rosa fucsia, l'aroma è sottile, soave, la viola si avverte distintamente ma lascia spazio anche a sentori di frutti di bosco e accenni di legno; in bocca una sensazione pulita non lascia percepire eccessi di dolcezza, ma anzi evidenzia la nota floreale declinata verso sentori inattesi di frutta secca e una leggerissima vena acidula. Nel complesso il Liqueur de Violettes della Tempus Fugit Spirits risulta ben strutturato, con il suo grado alcolico importante e raggiunge l'obiettivo di mostrare una via diversa di intendere il prodotto.



LIQUEUR A LA VIOLETTE BENOIT SERRES - 25% ALC.

Siamo in Alta Garonna, più precisamente nel comune di Villefranche-de-Lauragais, in uno scenario meraviglioso di basse colline che si estendono a perdita d'occhio ai piedi della catena montuosa dei Pirenei. È qui che Jean-Benoît Serres, nel 1986, all'età di 28 anni, decise di dislocare la storica distilleria di famiglia, fondata nel 1841, cinque generazioni prima di lui, da Antoine Serres. La notorietà della Bennoit Serres si deve al fondatore Antoine che già nella metà dell'Ottocento era conosciuta in tutta la Francia per un particolare tipo di liquore alle noci, l'Eau de Noix Serres, al tempo molto apprezzato. Ad Antoine Serres e alla sua importante esperienza si deve anche un archivio di ricette storiche, di tecniche di distillazione e di preparazioni liquoristiche che a tutt'oggi sono ancora il cuore pulsante attorno a cui ruota tutta la moderna produzione di acqueviti, liquori e acqueviti di frutta. Una delle specialità della Bennoit Serres è proprio il Liqueur





à la Violette, elaborato a partire da una ricetta sviluppata agli inizi degli anni Cinquanta, che prevede un lento processo di macerazione delle violette, accuratamente selezionate, in una base alcolica composta da una miscela di Armagnac e di acqueviti di loro stessa produzione distillate negli storici alambicchi discontinui di rame di proprietà dei Serres. Il Liqueur à la Violette ha un colore viola vivido e vibrante, un profumo intenso, floreale, accattivante e un sapore piuttosto pulito, senza eccessi di zucchero, che restituisce nitidamente, al palato, la viola come protagonista, ma che trova nella complessità dell'alcol di base un comprimario importante che svolge in pieno il ruolo affidatogli. La Bonoit Serres produce piccole quantità, basti pensare che vengono immesse sul mercato unicamente 70.000 bottiglie l'anno, di cui solo 6.000 di Liqueur à la Violette.

GOLDEN MOON CREME DE VIOLETTE - GOLDEN MOON DISTILLERY - 30% ALC.

Alla Golden Moon Distillery di Reno, Nevada, Stephen Gould è impegnato nella riscoperta di tutta una serie di produzioni storiche legate al mondo della miscelazione e della liquoristica del passato. Sono molti i prodotti che, grazie all'incessante lavoro storico e pratico portato avanti da Stephen, hanno trovato la via di una vera e propria rinascita (si legga per un approfondimento sulla numerosa offerta della Golden Moon Distillery BarTales Anno III N.7). Uno dei prodotti su cui la ricerca storica e la sperimentazione sul campo è stata più complessa ed elaborata è la Golden Moon Crème de Violette.



Per giungere a un risultato che rispecchiasse l'idea iniziale che in Golden Moon ci si era fatti di come fosse il prodotto nei secoli scorsi, molte prove e molti tentativi sono stati fatti prima di ritenersi soddisfatti della qualità del risultato. Qualità che trova rapidamente riscontro negli operatori del settore e finanche nella International Wine and Spirits Competition del 2013 dove la Golden Moon Crème de Violette, riesce a ritagliarsi un posto

sul podio. Il procedimento di fabbricazione risulta essere uno di quei segreti tanto cari ai produttori tradizionali. Gould ha dichiarato che il suo intento primario era quello di riuscire a "distillare i fiori", dandoci così un indizio importante sulle tecnica impiegata per creare qualcosa di nuovo che si allontanasse nettamente da quella che secondo lui è un'offerta troppo tendente al dolce ("most violettes are incredibly syrupy..." "I decided I wanted to do something different."). Ed effettivamente Golden Moon Crème de Violette colpisce per l'assenza di nota dolce, risultando decisamente dry, con un aroma decisamente pieno e pungente e un sapore in cui la violetta, la cui freschezza è assicurata dall'uso oltre che dei petali anche delle gemme, si sposa con una delicata nota speziata che accompagna in un finale sorprendentemente lungo e complesso.

Dario D'Avino



WHITLEY NEILL

HANDCRAFTED DRY GIN



IL WHISKY CONQUISTA ROMA



Nuove release, educational e collector's corner. All'insegna della qualità

DI ALESSANDRO PALANCA

Sembra che la cultura del Whisky stia facendo breccia nel cuore e nella mente dei capitolini. A Roma, la quinta edizione di Spirit of Scotland può riassumersi in due parole: successo assoluto. Annuisce compiacuto Pino Perrone, deus ex machina dell'evento: «È innegabile, e i motivi della nostra soddisfazione sono plurimi: l'affluenza del pubblico (oltre 4.000 persone), il gradimento degli espositori, il clima di educata allegria creatosi, la riuscita commissione di un festival dedicato all'assaggio di Whisky con tutta l'area della mixology, la presenza di numerosi ospiti stranieri entusiasti dell'evento, un'area collector's corner che comincia a prendere forma e rilevanza».

Il Whisky Festival romano sta diventando uno dei volani più importanti nella diffusione culturale del prodotto e del bere Whisky di qualità, a testimonianza che anche in questo segmento della spi-

rit industry la rotta è ben tracciata: forse si berrà di meno, ma certamente si berrà meglio. A giudicare da quanto si è visto negli stand delle aziende l'offerta sembra privilegiare prodotti di qualità sempre più elevata e indirizzare conseguentemente i consumatori.

Nell'elegante Salone delle Fontane all'EUR, che il 5 e 6 marzo ha ospitato l'evento, si poteva compiere un immaginario viaggio del mondo osservando i layout degli stand che rappresentavano brumosi paesaggi scozzesi, sterminate praterie americane e atmosfere orientali. Di orientale c'era anche il Shochu. «Rispondo subito a coloro che hanno visto la presenza del Shochu a un festival riservato al Whisky come sintomo d'incoerenza – sottolinea Perrone – Possiamo definirlo come unico "elemento di disturbo". C'è tanta voglia di prodotti giapponesi e totale assenza dei loro introvabili distillati. Abbiamo voluto approfittare di questo crescente inte-



resse per far conoscere al pubblico che il Giappone un proprio distillato lo aveva e da secoli!».

Il successo della formula è facilmente comprensibile a un addetto ai lavori: un mix tra business, formazione ed entertainment che interagiscono tra loro mettendo in diretto contatto aziende e un vasto pubblico di addetti ai lavori. Bartender, appassionati cultori e anche neofiti incuriositi. Ognuno con modalità diversamente espresse ma con un comune interesse verso il Whisky in tutte le sue espressioni.

Per il Whisky l'evento Spirit of Scotland è stata una finestra privilegiata che quest'anno si è spalancata anche sulla produzione statunitense con un'area dedicata agli american Whiskey tra i cui nomi presenziavano Bulleit, Mitcher's, Wild Turkey, Hudson e altri grandi Rye, Bourbon e Tennessee.

Il calendario degli appuntamenti era particolarmente ricco e spaziava dagli



CONVENTION
 ALCUNI
 MOMENTI DI
 SPIRIT OF
 SCOTLAND.
 QUI SOPRA E A
 SINISTRA PINO
 PERRONE,
 ORGANIZZATORE
 DELLA
 KERMESSA.



incontri riservati ai meno esperti ai quali erano dedicati momenti di formazione basic e banchi di introduzione all'assaggio, a seminari focalizzati su aspetti del Whisky coniugati a una miscelazione ricercata, alle retrospettive su nuove e consolidate realtà del Whisky world. Per i neofiti sono stati organizzati, ogni 45', delle brevi in-

troduzioni ai prodotti e alle zone di origine, ai gusti e alle tecniche di degustazione. La Whisky School si è rivelata un'iniziativa molto intelligente che costituiva un vero rituale di iniziazione per coloro che si sarebbero poi aggirati tra i banchi di assaggio con più convin-

zione e consapevolezza verso i prodotti.

Anche la miscelazione ha avuto il suo spazio con un'area dedicata nella quale erano presenti alcuni bar romani e milanesi tra i quali Casa Mia e 1930 da Milano, Argot, Jerry Thomas, Banana Republic, Caffè Propaganda e Porto Fluviale da Ro-

ma. In questo spazio sono state presentate ricette declinate con Whisky e Whiskey che hanno attirato un pubblico sempre più attento al bere miscelato e volti noti del bartending provenienti da tutta Italia.

L'area dedicata alla miscelazione è stata un'altra delle novità dell'edizione 2016 grazie anche ai seminari tematici. Tra questi citiamo un interessante incontro che ha avuto come tema la torba e la sua declinazione in miscelazione con Tristan Stephenson relatore, arrivato da Londra, e una presentazione tenuta da Kyrtis Vasileios e Konstantinos Papakonstantinou del The Clumsies Bar di Atene. I due bartender greci hanno presentato il concept del loro bar e l'interazione che sviluppano con i distillati di cereali. Su questo punto abbiamo osservato una scarsa partecipazione degli addetti ai lavori, bartender in primis, che forse hanno perso l'opportunità di un momento di crescita e aggiornamento professionale eccezionale. Perrone conferma la nostra impressione: «spiace vedere una partecipazione non adeguata ai seminari e alle masterclass. Persone quali Tristan Stephenson meritavano un'attenzione certamente superiore».

Novità di questa edizione è stata l'area dedicata alla miscelazione grazie ai seminari tematici



Non sono mancate isole dedicate al food: abbinamento con ostriche, salmone affumicato, haggis e una cigar lounge, con degustazioni e laboratori. Ad animare

quest'area Oyster Factory, Scandinavian Tobacco, Le Bon Bock, Jaw Brew Beer e Stornoway Smokehouse. I visitatori hanno potuto acquistare i prodotti in degustazio-



PRODUTTORI

IN ALTO,
L'ANGOLO
PALLINI GLEN
ROTHES.
QUI SOPRA
FRANCO
GASPARRI E
ADRIANO
CLEMENTE DI
DIAGEO.

ne al negozio del festival e per i cultori più esigenti vi era uno spazio "Collector 2016" dove trovare bottiglie rare e vintage selezionate dal Whisky Roma Club.

Diageo ha presentato la sua release collection 2015 in un intervento tenuto da Franco Gasparri, Emma Lin e Salvatore Mannino hanno parlato di Kavalan nelle sue nuove espressioni e Matthew Rooney di Mitcher's Whiskey. Ci saremo aspettati più attenzione verso gli Irish con interventi dedicati da parte della spirit industry. Importante e significativa la partecipazione di importatori di qualità come Pallini con i GlenRothes millesimati

e vintage, Pellegrini con la linea Adelphi e BenRiach, Compagnia dei Caraibi con Balblair, Old Puteney e altri ancora. «Spirit of Scotland è ormai diventata una realtà importante – ha commentato Fabrizio Fischione di Diageo – ancor di più se la osserviamo sotto il punto di vista della finalità divulgativa e consumer».

Diageo quest'anno ha presentato diversi nuovi prodotti, sui quali spiccano le Special Release 2015: il The Cally, innanzitutto, un single grain invecchiato 40 anni, non filtrato a freddo e senza aggiunta di acqua. Senza dimenticare la 15ma release di Port Ellen, il Dailuane 34, il Pittivaich 25, e sicuramente il Caol Ila 17 unpeated, una release eccezionale che ci rivela appieno l'anima di una delle distillerie più famose di Scozia.

«Siamo consci del nostro ruolo e della strada da percorrere principalmente a Roma – conclude Perrone – con l'attività di educational intrapresa da poco e che è solo all'inizio. Poiché la piacevolezza di questo fantastico distillato non deve essere solo un fine ma anche un mezzo». Slainté.

Alessandro Palanca

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

GUY DE MAUPASSANT

THE GREEDY
PREMIUM ITALIAN GIN



ABOUT
TEN

www.abouten.it

Tel. +39 393 9901367



www.facebook.com/cinicoliquore

BEVI RESPONSABILMENTE



“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...



L'ELEGANZA DEL VERMOUTH

A cena, al Turin Palace, per riscoprire l'inaspettata versatilità di Cocchi

DI MELANIA GUIDA

I Vermouth di Torino ha segnato un nuovo traguardo nel processo per il riconoscimento di prodotto IGP. Con il nuovo prodotto Maison Cocchi ha innalzato l'asticella della qualità per uno dei prodotti più fieramente ambasciatori della tradizione sabauda e italiana.

Negli ultimi anni Giulio Cocchi è stata il motore del rinascimento del Vermouth di Torino. Con il Vermouth Storico di Torino prima e con il Vermouth Amaro Dopo Teatro poi, ha aperto per la categoria una nuova era rilanciandola a livello mondiale. Il Vermouth di Torino "Riserva La Venaria Reale" presentato in occasione del 125° anniversario della fondazione di

casa Cocchi, apre un nuovo scenario con il quale anche gli altri produttori dovranno confrontarsi.

La prima release del nuovo Vermouth conta 1891 bottiglie, anno di fondazione della casa e nasce dalla collaborazione con la Reggia di Venaria. Ricetta, selezione dei botanical, tempo e modo di affinamento sono stati lungamente ragionati per aderire coerentemente a criteri storico geografici. Il ruolo essenziale di Casa Savoia nella diffusione del Vermouth è celebrato dall'utilizzo esclusivo di vino piemontese ed erbe alpine. La collaborazione con la Reggia di Venaria si concretizza con l'uso di erbe che sa-



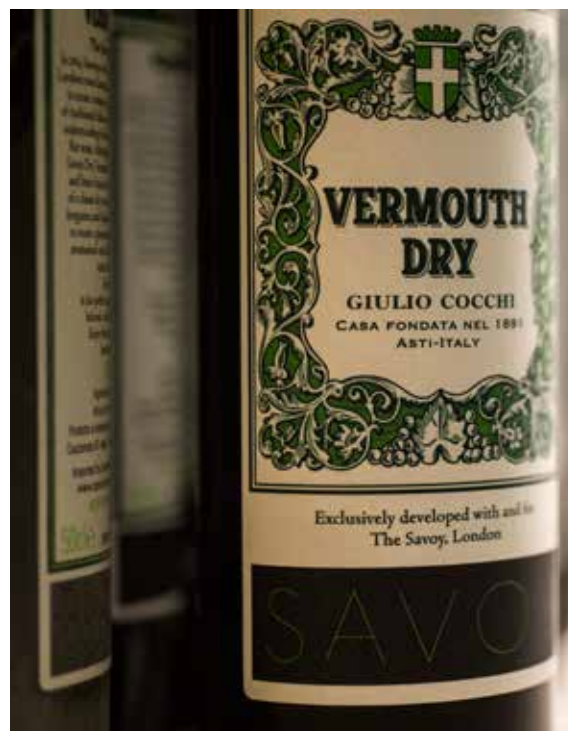
ranno coltivate esclusivamente nel Potager Royal della Venaria, Artemisia absinthium, rabarbaro, menta piemontese e altre erbe alpine che costituiscono il botanical del Vermouth. Estremamente interessante è il passo che Gulio Cocchi compie nella concezione storica di Vermouth interpretando in modo innovativo la categoria Riserva, termine spesso coniugato con un invecchiamento, più o meno lungo, in botte. È su questo punto che il comparto Vermouth è sottilmente chiamato a confrontarsi.

Nella filosofia Cocchi il termine “Riserva” non significa necessariamente invecchiamento in botte, con il quale il delicato equilibrio aromatico viene assoggettato a un processo di os-



sidazione e carica tannica, ma la valorizzazione della formula della ricetta e della sua lavorazione. La Riserva è dunque un nuovo stile di Vermouth che privilegia lo sviluppo della ricchezza e densità aromatica del botanical dopo un affinamento di sei mesi in vetro. La base vinosa di Cocchi Riserva La Venaria Reale è un Moscato secco aromatizzato dal ricco botanical. Il Vermouth si presenta con una elegante struttura supportata da 18° che danno protezione e tono a una complessità in continua mutazione, ora balsamica, ora fresca e suadente, con un'acidità che attacca il palato in modo meraviglioso, con una piacevole dolcezza priva di caramello.

Il grado di miscelazione di



Riserva La Venaria Reale è notevole, sicuramente un grande partner per brown spirit invecchiati. In questo senso Cocchi ha dato un contributo importante al bartending mondiale e adesso compie un passo in una direzione che porta ad un nuovo orizzonte di consumo del Vermouth: l'abbinamento con food e il suo uso in cucina. In questo caso per il Vermouth si aprirebbero le porte della ristorazione e gli sviluppi sarebbero di larga portata in termini di immagine, diffusione e appeal sul mercato. Se poi per questa nuova missione scendono in campo le stelle della gastronomia internazionale il successo potrebbe diventare clamoroso.

La strategia Cocchi si è già svelata con una serie di concept dinner che sono partiti da Torino il 18 marzo. Nella sala Mollino del rinnovato Turin Palace si sono sinergicamente concentrate le energie di Cocchi, degli chef Stefano Sforza, resident del locale ristorante Les Petites Madeleines, di Enrico Derflinger, star della cucina internazionale e presidente in ca-



rica di Euro Toques, del maestro cioccolatiere Guido Gobino e dello specialista di formaggi Alberto Marcomini. I due chef hanno ideato un menù a quattro mani i cui piatti si sono sposati con i profili gustativi dei Vermouth.

Guido Gobino e Alberto Marcomini hanno ricercato e trovato dei paralleli sensoriali tra i vini aromatizzati di casa

Cocchi, rispettivamente, con alcune specialità artigianali cioccolatiere il primo, e tipologie di formaggi il secondo, che si sono espressi in stupefacenti esplosioni di gusto. In questo modo si cerca di valorizzare l'essenza stessa del Vermouth che rimane vino almeno per il 75%. Presenti anche i bartender dell'American Bar del Savoy Hotel di Londra che hanno rea-

TORINO
 ALCUNE
 IMMAGINI
 DELLA CENA
 TENUTASI
 NELLA SALA
 MOLLINO DEL
 TURIN PALACE.
 A SINISTRA GLI
 CHEF STEFANO
 SFORZA ED
 ENRICO
 DERFLINGER.
 ROBERTO BAVA
 (A DESTRA)
 CON GUIDO
 GOBINO.



lizzato un drink per commemorare il 125° anniversario del Savoy. Il cocktail 125 è a base di Gin, Barolo Chinato, Cocchi Rosa, sciroppo di granatina e succo di limone, fresco, con una piacevole nota di acidità

e ben bilanciato con un piatto a base di pesce.

Il concept dinner è stato diretto da Roberto Bava, proprietario insieme alla famiglia del brand Cocchi, nei panni ora di gran cerimoniere di corte, ora di esperto botanico e attento enologo nel decantare le bollicine di casa Bava. Presentatore, certo, ma in fondo grande ambasciatore nel mondo del Vermouth di Torino. Che dire di più? Una nuova alba dorata sta illuminando il Vermouth e i primi raggi splendono su casa Cocchi.

Melania Guida

GLI ABBINAMENTI CON I VERMOUTH

Cocktail 125 - Baccalà, piselli e pompelmo

*

Vermouth Dry Cocchi Savoy abbinato a
Risotto Regina Vittoria al Vermouth Dry
Savoy con gambero rosso siciliano
e tartufo nero

e

Raviolo del Plin in brodo di Vermouth
di Torino con le sue spezie

*

Storico Vermouth di Torino Cocchi
abbinato a

Guancetta di vitello marinata allo Storico
Vermouth di Torino con spezie esotiche
e polentina morbida di farina macinata
a pietra e croccante di saraceno

*

Vermouth di Torino Riserva La Venaria
Reale abbinato a
Tiramisù Savoiano al Vermouth
Riserva Reale

I formaggi

Robiola di capra con Americano Cocchi

Taleggio a cucchiaio con Storico

Vermouth di Torino

Piave Oro DOP con Vermouth Amaro

Dopo Teatro

Castelmagno d'Alpeggio con Barolo Chinato

I cioccolati di Guido Gobino

Vermouth di Torino Giulio Cocchi abbinato a
Pralina Gobino al Vermouth di Torino Cocchi
e Scorzette di arancia ricoperte

Vermouth Amaro Giulio Cocchi abbinato a
Gianduiotto Maximo + 39

Barolo Chinato Giulio Cocchi abbinato a
Cialdina Extra Bitter Monorigine
Chontalpa 70%

Americano Cocchi Rosa e Gelatina
al mirtillo ricoperto

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



BOLLE DI VELLUTO

L'importanza
delle schiume
con l'uso corretto

DI GIOVANNI CECCARELLI

Nel settore food and beverage, da ormai diversi anni, si fa un ampio utilizzo delle *schiume*. Le arie, i velluti, le spume (foam) ma anche il cappuccino, la panna montata oppure la parte soffice che si forma sopra una Pina Colada o un Bellini, se perfettamente eseguiti, sono gli esempi più importanti.

Per definizione, le schiume sono una dispersione (non dissoluzione!) di un gas (fase dispersa) in un liquido, in un gel oppure in un solido (fase continua). È un concetto molto simile a quello di emulsione, dove però sia la fase dispersa

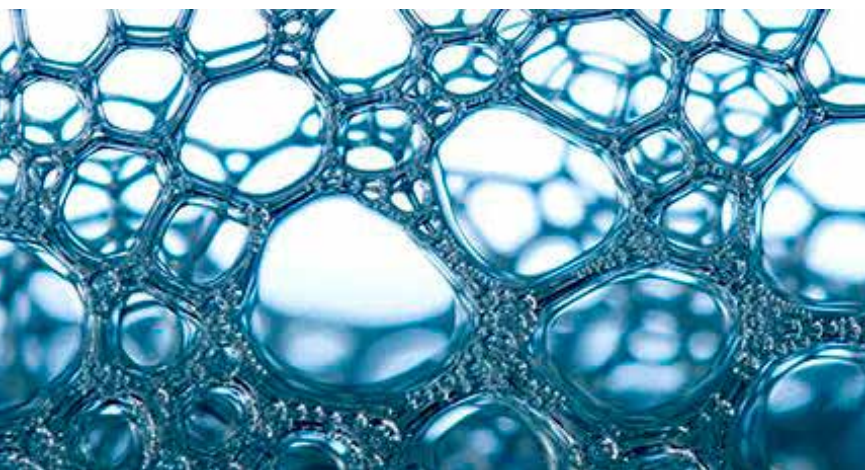
che continua sono liquide. Osservando una schiuma al microscopio, è possibile vedere la sua struttura: tante bolle, più o meno grosse, intrappolate da una membrana che le avvolge. Anche il pane è una schiuma, dove le bolle si formano dai gas liberati durante la lievitazione; in questo caso, la fase continua è solida e non liquida.

La capacità di alcuni ingredienti di trasformarsi in schiuma, in determinate condizioni, deriva dalla presenza di alcune componenti, di varia natura, chiamate agenti schiumogeni. Possono essere amidi (polisaccaridi), proteine, grassi op-



pure tensioattivi (o surfrattanti). Il latte, per esempio, si trasforma in schiuma grazie alle proteine, al calore e al vapore acqueo emesso dalla lancia della macchina del caffè. I grassi, in questa preparazione, hanno la sola funzione di rendere più gustoso il cappuccino: può sembrare strano ma un latte meno grasso crea una schiuma più stabile. Un'altra fonte di proteine, utilizzata soprattutto nei sour, è l'albume d'uovo. Nella panna montata, invece, sono i grassi gli agenti schiumogeni. I globuli di grasso presenti, sotto l'azione meccanica della frusta, si aggregano intorno alle bollicine





di aria (o altro gas) rendendole stabili. I polisaccaridi più famosi, responsabili della formazione di una schiuma, sono quelli presenti all'interno dell'ananas: è per questo motivo che il succo di questo frutto rende la Pina Colada così cremosa. I tensioattivi (o surfattanti) sono invece molecole che hanno una testa idrofila ed una coda idrofoba.

Quando una certa quantità di gas viene insufflata, o si libera, all'interno del liquido, la parte idrofila si posiziona a contatto con l'acqua (fase continua) mentre la parte idrofoba si dispone a contatto con il gas (fase dispersa). In questo modo le bollicine sono stabilizzate. I tensioattivi

più famosi sono gli esteri del saccarosio degli acidi grassi (sucro ester), la lecitina e la gelatina (chiamata anche colla di pesce). In generale, gli agenti schiumogeni, hanno la capacità di abbassare la tensione superficiale di un liquido. Quando questo valore diminuisce, il liquido riesce a trattenere le bollicine senza che queste fuoriescano, come accade, invece, in una bibita effervescente: si forma della schiuma ma scompare rapidamente.

Esistono anche delle sostanze che non sono dei veri e propri agenti schiumogeni, ma hanno la capacità di stabilizzare una schiuma. Questi ingredienti sono chiamati agenti stabilizzanti; ne sono un esempio l'agar, estratto da un'alga, oppure l'inulina, un carboidrato, estratto da alcuni tuberi o dalla cicoria. Una piccola quantità di questi prodotti migliora la durata e la consistenza di una mousse o di una spuma.

Le schiume sono così importanti perché, quando si mangia un cibo, non valutiamo solo il gusto e l'aroma ma anche la sua consistenza (texture). La pizza o il pane non correttamente lievitato, una birra o un Bellini senza la caratteristica schiuma superficiale, un sour senza albume, non sono gradevoli come quelli correttamente preparati. Nei prossimi numeri di BarTales tratteremo i velluti e le spume (foam) con qualche approfondimento sugli additivi da utilizzare.

Giovanni Ceccarelli

BEVI RESPONSABILMENTE

★ AMERICA'S ORIGINAL ★

CRAFT VODKA



IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI - COMPAGNIADEICARAIBI.COM



PREMIAZIONE

SOPRA IL TEAM BRANCA E IL VINCITORE DEL CONCORSO. A DESTRA BRUNO VANZAN E ALTRI DUE CONCORRENTI. NELLA PAGINA ACCANTO L'EXCELSIOR HOTEL A RAPALLO.





CHALLENGE ON ICE

Il format di Danilo Bellucci per un concorso senza tempo

DI FABIO BACCHI

Il 31 ottobre 1868 la tratta ferroviaria che partiva da Genova per arrestarsi a Sestri Levante arrivò sino a Rapallo. La ferrovia contribuì al processo di modernizzazione e sviluppo dei servizi e del turismo che unitamente al clima particolarmente mite della riviera ligure dettero impulso alla nascente attività turistica della Rapallo di fine '800 e inizio '900.

Aprirono i primi hotel di lusso, caffetterie e ristoranti, sale cinematografiche e da ballo, stabilimenti balneari, ville signorili in stile Liberty e neoclassico, e dal 1902 al 1927 un casinò nelle sale del Kursaal Hotel.

Tra le personalità che visitarono e soggiornarono a Rapallo, meta di re, regine e imperatori, vi furono il filosofo Friedri-



COMPETITION

DANILO BELLUCCI, ORGANIZZATORE DELLA MANIFESTAZIONE.



ch Nietzsche (che a Rapallo, nel gennaio 1883, compose la prima parte dell'opera *Così parlò Zarathustra*), il presidente degli Stati Uniti d'America Theodore Roosevelt, Franz Liszt, lo scrittore Guy de Maupassant, Eleonora Duse, Ezra Pound, Ernest Hemingway (che citerà il suo soggiorno rapallese nel racconto *Gatto sotto la pioggia*).

Tra le location preferite da questo spaccato del bel mondo internazionale vi era un hotel in particolare, l'Hotel Kursaal, lussuoso complesso liberty sul mare. Il Kursaal Hotel ospitò il primo Casinò in Italia, nel 1902, e oggi è divenuto l'Excelsior Palace Hotel. Facciate, ornamenti, saloni maestosi testimoniano la raffinatezza

dell'epoca che ancora oggi si percepisce varcando la porta girevole dell'hotel guidato da Aldo Werdin.

In questa location d'eccezione si è svolta il 7 marzo scorso la XIV edizione del *Challenge on Ice*, una cocktail competition con barman e barlady provenienti da tutta Italia. La competition è esclusivamente a inviti (3 concorrenti per ogni azienda sponsor) e ogni partecipante deve realizzare una ricetta di sua invenzione che viene giudicata da una giuria tecnica e degustativa. Durante la giornata, si sono svolti dei momenti di formazione e aggiornamento.

La prima edizione si svolse nel 2003 ed era inizialmente riservata alle figure che ricoprivano cariche associative in A.I.B.E.S. (Associazione Italiana Barman e Sostenitori), poi a tutti, invitati a miscelare un fancy cocktail in cornici suggestive come Sestriere, Cervinia, Courmayeur, Molveno e Asiago prima di approdare a Rapallo dove dimora ormai da 3 anni.

Challenge on Ice è un format ideato da Danilo Bellucci, uomo di pubbliche relazioni da diversi lustri vicino al bartending associativo e alle aziende che lo sosten-

| COGNOME | NOME | TECNICA | TOT.AS | TOT.DEC | TOT.GA | TOT.ASSOLUTO | |
|-------------|-------------|---------|--------|---------|--------|--------------|----|
| Nucera | Cosimo | 40 | 13 | 14 | 58 | 125 | 1° |
| Turconi | Mirko | 40 | 13 | 13 | 57 | 123 | 2° |
| Francesco | Pirineo | 37 | 13 | 13 | 54 | 117 | 3° |
| Miriello | Guglielmo | 39 | 11 | 13 | 53 | 116 | |
| Libardi | Gian Nicola | 40 | 12 | 13 | 48 | 113 | |
| Lodi | Alessia | 40 | 14 | 13 | 45 | 112 | |
| Gherman | Olga | 40 | 12 | 12 | 47 | 111 | |
| Ferro | Cinzia | 40 | 11 | 11 | 49 | 111 | |
| Zampieri | Alessandro | 40 | 10 | 13 | 47 | 110 | |
| Tarozzo | Debora | 40 | 11 | 12 | 46 | 109 | |
| Conte | Francesco | 40 | 11 | 12 | 45 | 108 | |
| Rossi | Riccardo | 39 | 14 | 13 | 41 | 107 | |
| Bussi | Renzo | 40 | 13 | 12 | 41 | 106 | |
| Mannis | Francesca | 40 | 13 | 13 | 40 | 106 | |
| Molteni | Ernesto | 40 | 11 | 10 | 45 | 106 | |
| Stafforini | Matteo | 40 | 11 | 11 | 44 | 106 | |
| Cazzanti | Giulia | 40 | 12 | 11 | 42 | 105 | |
| Barberis | Luigi | 38 | 12 | 12 | 43 | 105 | |
| Tabaletti | Giulio | 39 | 11 | 10 | 44 | 104 | |
| Patrupo | Ivan | 40 | 12 | 11 | 40 | 103 | |
| Montorfano | Daniele | 39 | 11 | 12 | 40 | 102 | |
| Neri | Marco | 37 | 13 | 11 | 41 | 102 | |
| Bosello | Luana | 40 | 12 | 10 | 39 | 101 | |
| Paradisi | Claudio | 38 | 11 | 10 | 42 | 101 | |
| Vitiello | Valerio | 40 | 11 | 11 | 39 | 101 | |
| Gallo | Roberto | 40 | 9 | 8 | 43 | 100 | |
| Rovelli | Paolo | 40 | 7 | 8 | 45 | 100 | |
| Salmi | Celestino | 39 | 10 | 10 | 41 | 100 | |
| Suman | Mauro | 40 | 8 | 10 | 42 | 100 | |
| Cerioli | Davide | 40 | 11 | 10 | 38 | 99 | |
| Garzelli | Edoardo | 40 | 10 | 9 | 40 | 99 | |
| Toffoletto | Michele | 40 | 9 | 8 | 42 | 99 | |
| Tanese | Giacinto | 40 | 11 | 10 | 37 | 98 | |
| Schianchi | Matteo | 37 | 10 | 8 | 42 | 97 | |
| Arcoraci | Adriano | 40 | 10 | 11 | 35 | 96 | |
| Mannarino | Giorgia | 40 | 13 | 13 | 30 | 96 | |
| Ly Maimouna | Noemia | 40 | 9 | 8 | 38 | 95 | |
| Ometto | Nicola | 38 | 11 | 9 | 36 | 94 | |
| Roscioli | Michele | 37 | 10 | 9 | 38 | 94 | |
| Borreani | Tiziana | 40 | 11 | 11 | 31 | 93 | |
| Maj | Alessio | 35 | 9 | 10 | 38 | 92 | |
| Scarzella | Enrico | 39 | 9 | 8 | 36 | 92 | |
| Rossi | Luca | 39 | 10 | 8 | 34 | 91 | |
| Gosso | Walter | 40 | 11 | 10 | 30 | 91 | |
| Scudieri | Fabrizio | 37 | 11 | 10 | 33 | 91 | |
| Nanni | Stefania | 39 | 12 | 8 | 32 | 91 | |
| Bevilacqua | Patrizia | 40 | 9 | 8 | 32 | 89 | |
| Maucci | Alessia | 37 | 10 | 9 | 33 | 89 | |
| Amadesi | Manuel | 37 | 11 | 9 | 31 | 88 | |
| Baita | Anna | 39 | 11 | 9 | 29 | 88 | |
| Baccino | Annalisa | 40 | 9 | 8 | 30 | 87 | |
| Zanobini | Tiziano | 39 | 8 | 8 | 32 | 87 | |
| Galuzzi | Giacomo | 40 | 7 | 7 | 29 | 83 | |
| Scanu | Flavio | 40 | 6 | 7 | 30 | 83 | |

Challenge on Ice

Papallo 7 marzo 2016

gono. I 54 concorrenti in supportati da 18 brand, tutti rappresentati da importanti figure manageriali, si sono confrontati in un clima amicale. Ha vinto Cosimo Rocco Nucera dell'Interior Design Cafè di Milano.

Probabilmente l'aspetto più bello era l'atmosfera tra i bartender, la stessa che si respirava dietro le quinte del concorso, nei saloni, sulle terrazze panoramiche e nello Yachting Bar dell'Excelsior Palace diretto dal bar manager Oreste.

Un concorso di cocktail è fine a se stes-

so, ma i valori che esso tende a consolidare sono probabilmente l'aspetto più importante che questo tipo di eventi realizzano. Oggi è difficile vedere concorsi con diverse generazioni che si incontrano lasciandosi alle spalle i preconcetti di tempi andati, confrontandosi in un ideale momento di condivisione di valori che puntino ad innalzare la figura professionale del bartender che supera schemi e stili. Negli eventi di Danilo Bellucci questo aspetto è la costante caratterizzante, si rivive un tempo andato e del quale molti hanno nostalgia, elegante e garbato, ma che cerca punti di contatto con il bartending moderno, anche con il classico libretto delle ricette da custodire gelosamente, che passa di mano in mano alla ricerca del proprio nome. Per poter testimoniare che si era. Non importa se alcune figure possano sembrare esuberanti nell'abbigliamento o con foggie diverse. Basta accomodarsi nello Yachting Bar dell'Excelsior Palace e respirare quello che è un bartending senza tempo.

Fabio Bacchi

LE RICETTE VINCENTI

1° CLASSIFICATO - NUCERA COSIMO ROCCO Interior Design Café Milano - Zen (TO)

INGREDIENTI

- 4,5 cl Branca - Carpano Antica Formula Vermouth
- 9 cl Tassoni - Cedrata
- Zenzero candito, pepe di Timmur, limone

2° CLASSIFICATO - TURCONI MIRKO Mag Milano - CdC is Fashion

INGREDIENTI

- 3 cl Compagnia dei Caraibi - Riserva Carlo Alberto Vermut rosso infuso al caffè
- 4,5 cl Compagnia dei Caraibi - Old Pepper Bourbon Whiskey
- 1 cl sciroppo d'Acero
- 1 cl liquore al timo
- 2 gocce Compagnia dei Caraibi - Fee Brother's Bitter mix
- Lime disidratato, 3 chicchi di caffè tostato

3° CLASSIFICATO - FRANCESCO PIRINEO Pinch Milano - Paso Doble

INGREDIENTI

- 4,5 cl Compagnia dei Caraibi - Illegal Mezcal
- 2 cl Compagnia dei Caraibi - Riserva Carlo Alberto Vermut bianco
- 0,5 cl Sanpellegrino - Pago succo di mirtillo
- 1 cl Velier - Monin Agave syrup
- 2 gocce Compagnia dei Caraibi - Fee Brother's Chocolate Bitter



AZIENDE E CONCORRENTI

ASTI D.O.C.G.

Gherman Olga

Hotel Saturnia – Venezia

Ly Maimouna Noemia

Mojito Bar – Lido di Camaniore (LU)

Turato Stefania

Wine Consultant – Milano

BONAVENTURA MASCHIO

Bongiovanni Salvatore

Moma – Seregno (MB)

Conte Francesco

Shaker Club – Aversa (CE)

Mannis Francesca

Sunrise Cocktail Bar – Falerna (CZ)

BOTRAN

Gallo Roberto

Lido Gallo – Falerna Marina (CZ)

Tanese Giacinto

Coccaro Beach – Savelletri di Fasano (BR)

Zanobini Tiziano

Gambrinus Lounge Café – Montecatini Terme (PT)

BRANCA

Nucera Cosimo Rocco

Interior Design Café – Milano Zen – To

Stafforini Matteo

Casa Mia – Milano

Tarozzo Debora

Mentelocale – Brescia

CAMPARI

Boselli Luana Leyla

Caffè Il Cambio – Torino

Cerioni Davide

Pelledoca – Milano

Montorfano Daniele

La Pinetina – Appiano Gentile (MI)

COMPAGNIA DEI CARAIBI

Pirineo Francesco

Pinch – Milano

Rossi Riccardo

Freni e Frizioni – Roma

Turconi Mirko

Mag – Milano

D&C

Libardi Gian Nicola

Tatikakeya – Calcerani al Lago (TN)

Lodi Alessia

Living – Milano

Miriello Guglielmo

Dry – Milano

JACK DANIEL'S

Amadesi Manuel

Marmo – Roma

Paradisi Claudio

Freelance – Roma

Roscioli Michele

Freelance – Ariccia (RM)

LUXARDO

Ometto Nicola

Suman Mauro

Runway Coffee & Lounge Bar – Pieve di Sacco (PD)

Toffoletto Michele

Antica Osteria Trastevere – Vicenza

MARTINI & ROSSI

Baita Anna

Terrazza Tosca – Motta di Livenza (TV)

Gosso Walter

Mad Dog – Torino

Schianchi Matteo

Ivy – Reggio Emilia

RINALDI

Barberis Luigi

Caffè degli Artisti – Alessandria

Garzelli Edoardo

San Biagio Lounge Café – Parma

Salmi Celestino

Gamberini Bar Pasticceria – Bologna

SANPELLEGRINO

Esposito Flavio

Boutique 12 – Milano

Pastori Mattia

Mandarin Bar – Mandarin

Oriental Hotel – Milano

Rovellini Paolo

Duomo 21 – Townhouse Galleria – Milano

TASSONI

Neri Marco

T'a Milano Bistrot – Milano

Palladino Matteo

Felicity Café – Bologna

Scudieri Fabrizio

Hook Caribbean Pub Rumeria – Camogli (GE)

TOSOLINI

Molteni Ernesto

Dinus – Arnad (AO)

Scanu Flavio

Hotel Principe di Piemonte – Torino

Tabaletti Giulio

Gradisca Café – Genova

TROIS RIVIERES

Galuzzi Giacomo

Café al Demetrio 1758 – Pavia

Scarzella Enrico

Re Sole l'inde Le Palais Bologna

Vitiello Valerio

Dinus – Arnad (AO)

Spicy Vertigo

VELIER

Maj Alessio

Spaccio delle Carceri – Modena

Rossi Luca

Bar Mua' – Genova

Zampieri Alessandro

Chet Bar – Venezia

VOLARE

Arcoraci Adriano

Avenue 31 – Montecarlo

Maucci Alessia

Papilo Club – La Spezia

Nanni Stefania

Pasticceria Nanni – Prato

WILD HIBISCUS

Borreani Tiziana

The Balance – Savona

Bussi Renzo

Rolling Stones Cocktail & Music Bar – Aosta

Mannarino Giorgia

Rotonda Bistrot – Milano

1000 WHISKY DA GUSTARE

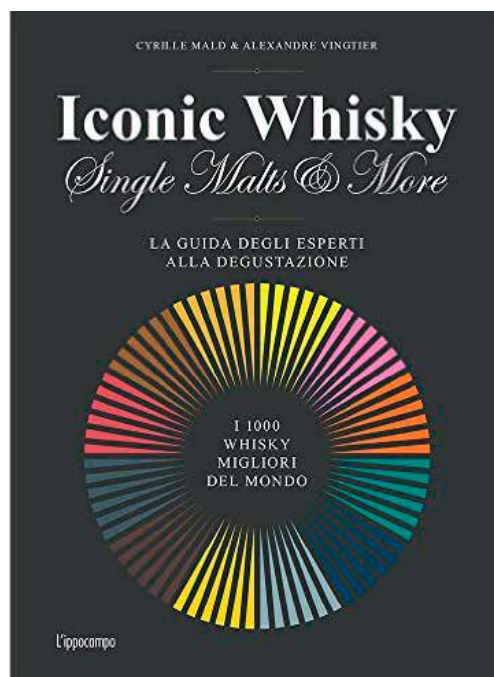
CYRIL MALD & ALEXANDRE VINGTIER- ICONIC WHISKY

Editions de la Martinière –pp.416- euro 19,90

Coloro che quest'anno, a Roma, hanno visitato Spirit of Scotland hanno avuto la possibilità di conoscere Cyrille Mald, uno dei coautori del testo di cui parliamo. Un'occasione unica per acquistare il libro e magari discuterlo con Cyrille che insieme a Alexandre Vingtier ha sviluppato un'opera imponente.

Iconic Whisky è una guida professionale alla degustazione che nelle sue 416 pagine analizza ben 1.000 Whisky presenti sul mercato utilizzando un innovativo metodo basato su una ruota di 450 aromi. Questo metodo verte su una degustazione supportata dalla lettura visiva della ruota degli aromi le cui rappresentazioni grafiche di interpretazione costituiscono un metodo rivoluzionario, sia per gli esperti che per gli amatori. I 1.000 Whisky si dispiegano in una selezione di 1.500 etichette (di tutto il mondo, accessibili e reperibili) fornendo una descrizione diretta e visiva degli aromi principali: 2 al naso, 2 al palato e 2 al finale, oltre alla forza e alle note generali del Whisky. Si propongono inoltre 1.000 abbinamenti eccezionali cibo-whisky.

La struttura del volume è arricchita da informazioni più generali sul Whisky e sulla sua degustazione: le varie famiglie, il processo di fabbricazione, i diversi cereali e il loro riflesso sul gusto, i fusti



(volume, storia), le bottiglie, il lessico ecc.

Il libro è corredato da cartografie in 3D sulla concezione del whisky e sui procedimenti di maltaggio e di distillazione, insieme a mappe precisissime delle principali zone di produzione (Scozia, Irlanda, Giappone, Canada, Stati Uniti).

Gli indirizzi dei principali rivenditori, bar e & duty free completano la guida. Alexandre Vingtier e Cyrille Mald hanno svolto veramente un lavoro mastodontico per un testo che non può assolutamente mancare nella biblioteca di un appassionato.

Alessandro Palanca



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"





TARGA ILVA



Gin Dolce Vita

targailvazita.com/dolcevita

Prodotto e imbottigliato nella propria distilleria
in esclusiva per

TARGA ILVA S.R.L.
PADOVA - ITALIA