

# BarTales

ANNO III | N. 10 | GIUGNO 2016

*Cult*

AL DI LÀ  
DELLE NUVOLE

*Bar Story*

TRA SACRO  
E PROFANO

LIQUID STORY

**IDROMELE  
IL LIQUORE  
PIÙ ANTICO  
DEL MONDO**





## THE BARTENDER'S SECRET

---

**B.º NARDINI**  
DISTILLERIA A VAPORE  
— dal 1779 —

THE FIRST ITALIAN DISTILLERY

[WWW.NARDINI.IT](http://WWW.NARDINI.IT)

Dal 1779 non solo grappa.  
Aperitivi e Amari Nardini.



**B.º NARDINI**  
**DISTILLERIA A VAPORE**

— dal 1779 —

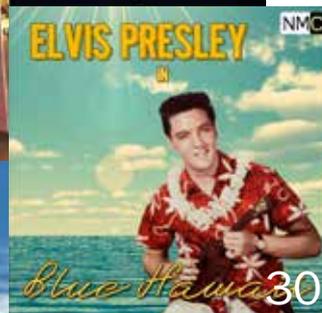
- 7** **L'editoriale** di Melania Guida  
IL VIAGGIO PIÙ BELLO
- 8** **News** DAL MONDO
- 12** **Bar Story** di Dario D'Avino  
TRA SACRO E PROFANO
- 20** **Cocktail Story/1** di Alessandro Palanca  
NEL NOME DI KIR
- 30** **Cocktail Story/2** di Gianni Zottola  
L'IMPRONTA DI ELVIS
- 36** **Cult** di Giulia Arsellì  
AL DI LÀ DELLE NUVOLE
- 44** **Liquid Story** di Luca Rapetti  
IL LIQUORE PIÙ ANTICO DEL MONDO
- 52** **Trend** di Filippo Sisti  
ALLA RICERCA DEL GUSTO
- 58** **Competition/1** di Fabio Bacchi  
ASPETTANDO MIAMI
- 64** **Competition/2** di Fabio Bacchi  
LARGO AL FLAIR
- 70** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli  
ROSSE FRAGOLE
- 74** **Report** di Matteo Rebuffo  
LO SLANCIO PORTOGHESE
- 78** **Book corner** di Alessandro Palanca  
UNO STILE DI VITA



12



20



30



36



44



52



58



64



74

**DIRETTORE RESPONSABILE**

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

**REDAZIONE**

**Fabio Bacchi**

(fabiobacchi@bartales.it)

**GRAFICA**

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

**HANNO COLLABORATO**

**Giulia Arsellì, Giovanni Ceccarelli, Dario D'Avino, Alessandro Palanca, Luca Rapetti, Matteo Rebuffo, Filippo Sisti, Gianni Zottola**

**EDIZIONE WEB A CURA DI**

**Dinamica Digitale srl**

(info@dinamicadigitale.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

**© COPYRIGHT**

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

**BEVI RESPONSABILMENTE**

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



# TARGA ILVA



Gin Dolce Vita

[targailvazita.com/dolcevita](http://targailvazita.com/dolcevita)

Prodotto e imbottigliato nella propria distilleria  
in esclusiva per

**TARGA ILVA** S.R.L.  
PADOVA - ITALIA

*da la sveglia all'appetito!*



AMERICANO ROSA  
**COCCCHI**  
ASTI

GIULIO COCCHI VIA LIPRANDI 21 COCCONATO - COCCHI.COM - cocchi@cocchi.com - TEL 0141-600071



**BEVETE COCCHI RESPONSABILMENTE**

# IL VIAGGIO PIÙ BELLO

**P**rofumata, più dolce del miele, aveva il potere di donare giovinezza e immortalità. L'ambrosia, nelle mitologia classica, dal greco, *am-brotos*, dove l'alfa privativa diventa suffisso per l'aggettivo immortale, secondo alcuni, era il cibo, ovvero la bevanda degli dei. Pochi dubbi che fosse miele, per il potere curativo e purificante della sostanza spiccatamente antisettica. Anzi Idromele, miele fermentato in acqua, antenato del vino, perfetto come *enteogeno*, ovvero sostanza psicoattiva utilizzata nel cerimoniale religioso-sciamanico dell'Egeo antico. All'Idromele, che ha accompagnato il percorso dell'uomo da sempre, Tom Gosnell, giovane imprenditore inglese, fiutandone le molte potenzialità, ha dedicato (*a pag. 44*). molta attenzione e notevoli sforzi. Tanto da distribuire, nei bar e ristoranti più accorsati della capitale, due nuove versioni del liquore più antico del mondo: classico e aromatizzato al luppolo. Non certo per rinverdire i culti iniziatici dello Shivaismo indiano, ma a rimarcare, in un ideale ponte con la mitologia dionisiaca, il significato più arcaico e autentico del vino come strumento di conoscenza e di evoluzione spirituale, di viaggio interiore. Un po' quello che accade con *The Circle of Life*, la nuova drink list del Gong Bar (*a pag. 36*). Diciotto cocktail che Christian Maspes, head bartender dello Shangri La Hotel di Londra, ha immaginato pensando a quattro diversi stadi della vita, dall'infanzia all'età adulta. In forma di viaggio metaforico alla scoperta dell'io più intimo e profondo. Un viaggio emozionale, sensoriale dove ciascun drink, attraverso l'equilibrato mix di sapori e odori vecchi e nuovi, ci immerge nel ricordo di esperienze passate. Da riassaporare da soli, sospesi tra le nuvole e i grattacieli della City. O con la migliore compagnia.



## BUFFALO TRACE

Nello studio sugli aromi che il legno può cedere ai Whiskey durante l'invecchiamento la distilleria di Frankfort ha avviato una collaborazione con il costruttore di botti Stave Company per la costruzione di 8 speciali barili. Le doghe di questi barili vengono sottoposte a diverse frequenze di raggi infrarossi. La distilleria ha rilevato che le onde infrarosse colpiscono in modo diverso gli strati interni e medi del legno permettendo un diverso sviluppo della complessità aromatica floreale e della tannicità. Il nuovo prodotto sarà disponibile da fine mese in bottiglie da 37,5 cl.



### IL TEMPO DI UN WHISKY. ANZI DUE

Haig Club ha lanciato la prima edizione di "Due Whisky con" una serie di tre cortometraggi durante i quali l'intervistatore Jack WhiteHall incontra tre celebrità davanti a un cocktail. Il primo episodio è stato girato al Bassoon Bar del Corinthia Hotel e l'ospite era David Beckham, cofondatore del brand Haig Club. Dinanzi a un Mojito e a un Old Fashioned David Beckham ha raccontato come spende il suo tempo libero. Il video è visionabile sul canale video di GQ.

## GLI EFFETTI DELLA PREGHIERA

Dei ricercatori della New York University hanno presentato uno studio secondo il quale la preghiera aiuta chi soffre da dipendenza da alcol. Sono stati esaminati i livelli di desiderio dopo una serie di prove. I partecipanti hanno affermato di sentire un desiderio minore dopo avere pregato e le risonanze magnetiche hanno rilevato una maggiore attività nelle aree del cervello che controllano emozione e desiderio. Il Dottor Marc Galanter ha affermato che i risultati aprono nuovi spazi di indagine nello studio degli affetti da alcolismo.



## GIN MARE COCKTAIL COMPETITION

Gin Mare ha lanciato la sesta edizione della sua Mediterranean Inspiration Competition. I bartender sono chiamati a esaltare lo stile di vita mediterraneo con la creazione di tre diversi drink: Gin& Tonic, Mare Nostrum Cocktail e Gastrobartender Drink. Più che una semplice cocktail competition, Mediterranean Inspiration intende trasportare la filosofia mediterranea che ispira il brand nel bartending. Bartender di Spagna, Portogallo, Italia, Regno Unito, Germania, Olanda e USA verranno selezionati per la finale che si terrà a Villa Mare a Ibiza dal 4 al 6 settembre.



## BORDIGA D'ORO

Il Vermouth Bordiga Bianco di Torino, uno degli storici prodotti delle Distillerie Bordiga è stato insignito della medaglia d'oro all'ultima edizione degli International Spirits Awards. La Distilleria Bordiga fu fondata nel 1888 dal Cav. Pietro Bordiga che aveva un piccolo e famoso bar frequentato da illustri personaggi dell'epoca. Forte delle sue conoscenze in erboristeria e delle tecniche di



estrazione degli oli essenziali, decise di aprire una distilleria in una città di montagna, Cuneo, dove fosse più semplice trovare le erbe per le sue creazioni.

## MADRID RON FESTIVAL

Fino al 2 giugno, il V Congresso Internacional del Ron giunto quest'anno alla quinta edizione è ospitato nella

“Masia de Josè Luis”. Per il prossimo appuntamento, l'edizione 2016, sarà presente anche Don Pancho con Origenes Ron. Tra seminari e Rum Tasting si terrà l'evento dedicato al Primo Congresso



de Cocteleria con Ron durante il quale verrà avviato un dibattito tematico al quale parteciperanno bartender e produttori.

# 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

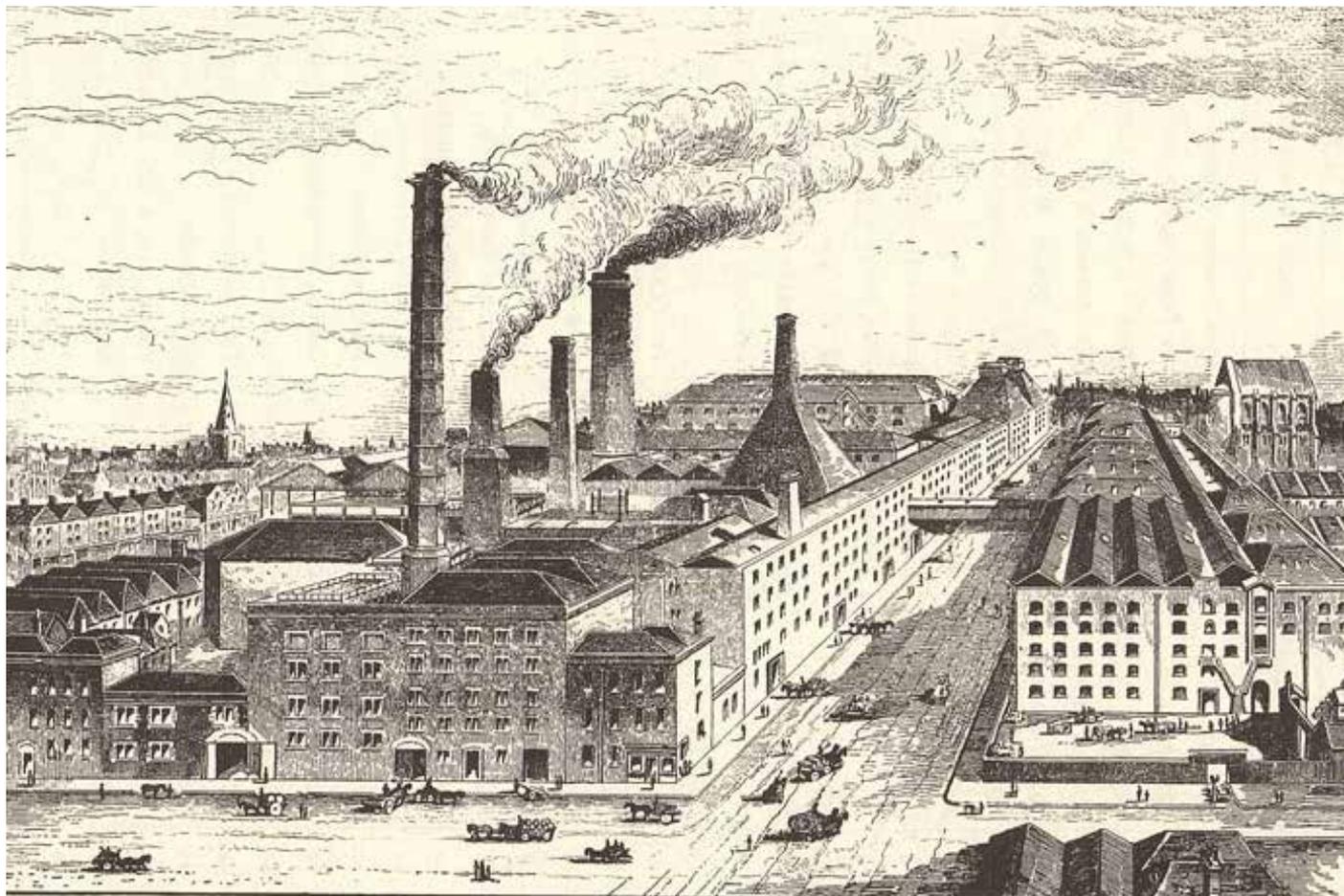
## *L'inimitabile.*

*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.*



**LUXARDO**

Luxardo promuove il bere responsabile



BOW STREET DISTILLERY, DUBLIN.

# TRA SACRO E PROFANO

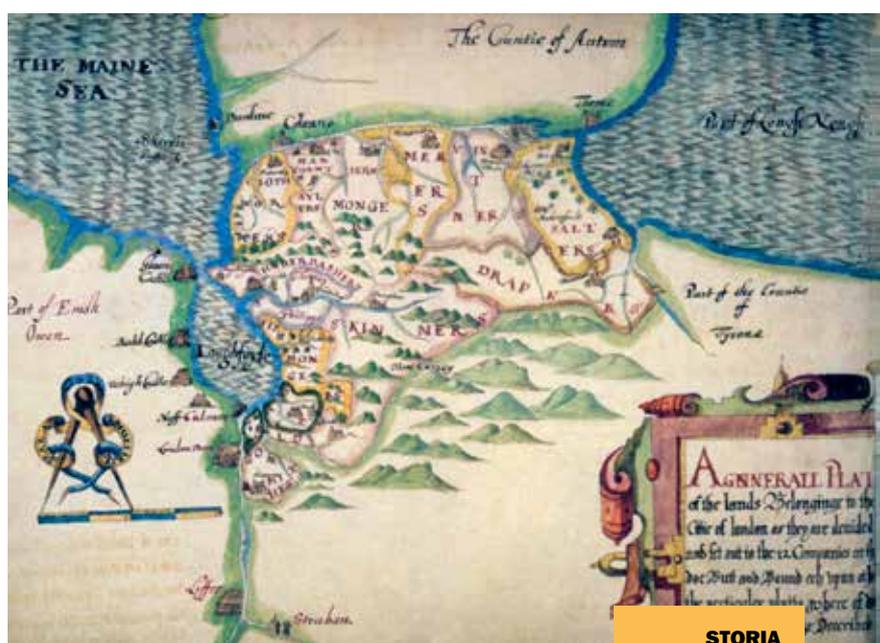
## Le “guerre di religione” e le confische delle distillerie irlandesi

DI DARIO D'AVINO

In un momento in cui gli Irish Whiskey riemergono prepotentemente dall'oblio, riaffiorano storie, miti e leggende legati alla loro produzione e commercializzazione. Una delle storie più conosciute e fortemente radicata è

quella relativa alle “differenze religiose” (cattolico/protestanti) tra le varie distillerie. Per comprenderle facciamo un salto indietro.

Il 3 novembre 1534 Enrico VIII emanò il primo Atto di Supremazia nel quale si



dichiarava che egli era «l'unico capo supremo sulla terra della Chiesa in Inghilterra» e che la corona inglese avrebbe goduto di «tutti gli onori, le dignità, le superiorità, le giurisdizioni, i privilegi, le autorità, le immunità, i profitti, e i beni derivanti dalla suddetta dignità». Con l'Atto di Supremazia, Enrico VIII ufficializzò

la separazione definitiva dalla chiesa di Roma, affermando l'indipendenza della Chiesa anglicana. L'Atto del 1534 è considerato l'inizio della Riforma anglicana.

Nel 1536, quando Silken Thomas Fitzgerald Conte di Kildare si ribellò apertamente alla Corona, Enrico VIII decise che per riportare la pace in Irlanda e as-

**STORIA**  
 SOPRA A SINISTRA SILKEN THOMAS FITZGERALD. A DESTRA ENRICO VIII. E DUE ANTICHE MAPPE.



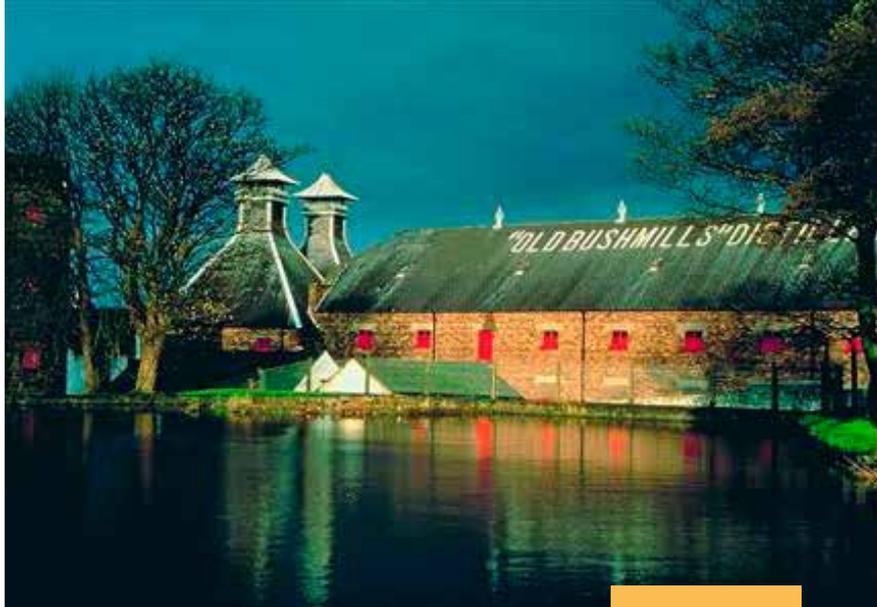
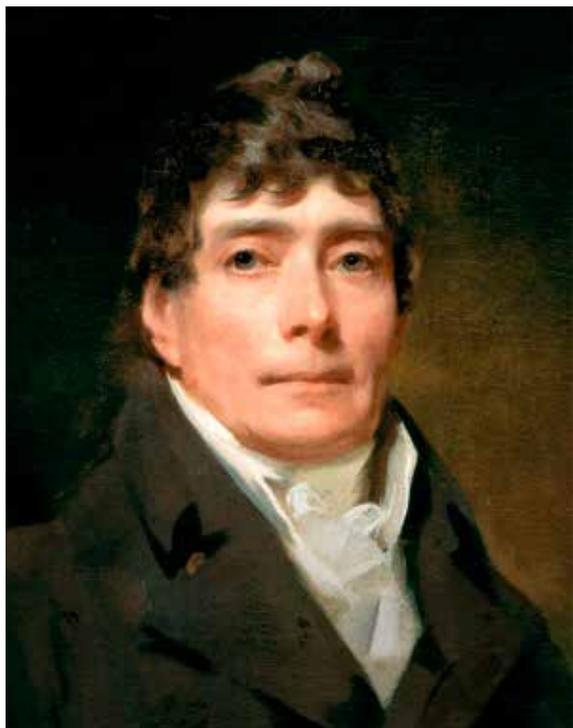
soggettarla tutta sotto il controllo inglese era necessario per non renderla una base per possibili invasioni straniere. Il passo successivo di Enrico VIII fu quello di estendere il controllo effettivo su tutta l'Irlanda, sia negoziando sia combattendo con i nobili locali e i Re irlandesi indipendenti. Questo processo impiegò per il suo termine quasi un secolo, con un costo enorme di vite umane per sottomettere i Lord che avevano possedimenti a volte più vecchi di settecento anni. Tuttavia, gli inglesi non furono capaci di convertire alla religione protestante né l'élite irlandese nativa, né tantomeno il popolo che rimase quasi tutto fedele al loro credo tradizionale.

Dalla metà del XVI secolo e fino all'inizio del XVII secolo, i governi della Corona attuarono una politica di colonizzazio-

ne conosciuta come delle "Plantation". Tutti i possedimenti dei regnanti irlandesi delle potenti dinastie O'Neill e O'Donnell, così come di coloro che li avevano in passato supportati, furono confiscati e riassegnati ai nuovi coloni. I "governatori britannici", come venivano chiamati i colonizzatori, erano in gran maggioranza inglesi e scozzesi. Come requisiti dovevano essere in grado di parlare inglese ed essere protestanti.

I colonizzatori scozzesi erano a maggioranza presbiteriani, gli inglesi sostanzialmente credenti della Chiesa d'Inghilterra. La "Plantation of Ulster" fu la maggiore di quelle avvenute in Irlanda. Lo scopo di tale operazione fu di prevenire ogni successiva ribellione, dato che era stata l'area dell'isola irlandese che più aveva contrastato il dominio inglese nel secolo precedente.

Sono proprio le Plantation che danno il via a quella disomogeneità religiosa che arriva fino ai giorni nostri e nel 1919 sfocia nella Guerra di Indipenden-



**DISTILLERIE**  
SOPRA LA BUSHMILLS DISTILLERY. A SINISTRA JOHN JAMESON. NELLA PAGINA ACCANTO MARGARET HAIG E UNA FOTO D'EPOCA DELLE TRUPPE DURANTE LA GUERRA D'INDIPENDENZA IRLANDESE.

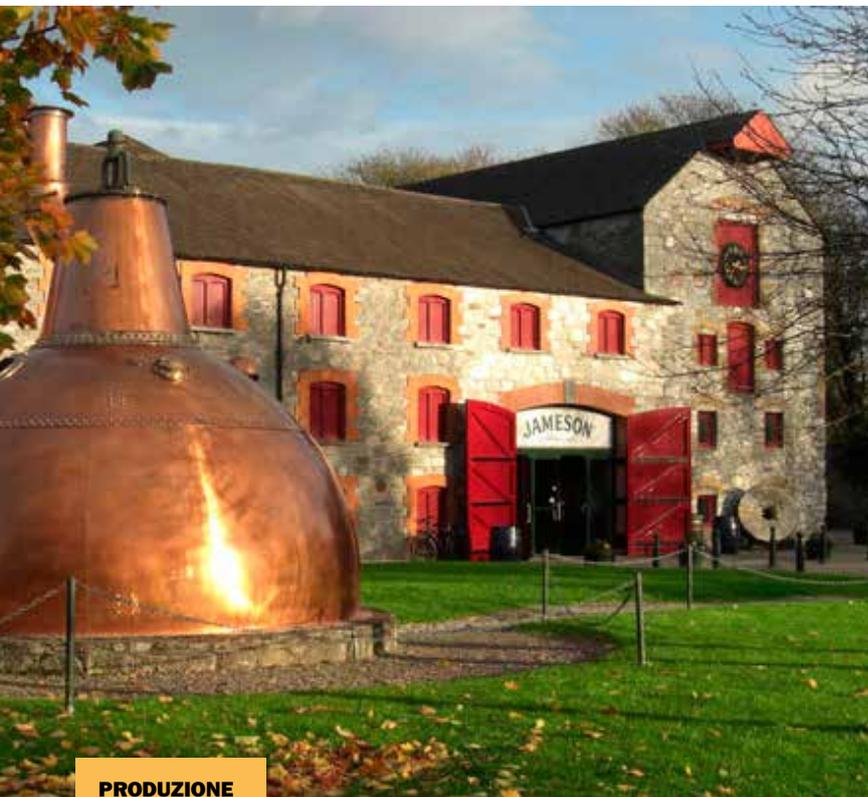
za Irlandese. Fu un conflitto, combattuto dall'Esercito Repubblicano Irlandese contro il governo britannico in Irlanda.

I moti iniziali di ribellione del 1916 sfociarono in una guerra che durò dal gennaio 1919 alla tregua dell'11 luglio 1921. Le trattative seguite alla tregua terminarono con l'accordo del 6 dicembre successivo, col quale s'istituì lo Stato Libero d'Irlanda, comprendente tutta l'isola tranne sei delle nove contee dell'Ulster a maggioranza protestante (partition). Epicentro della guerra fu la contea di Cork. Negli anni successivi alla partition nelle sei contee nordorientali dell'Irlanda sotto il dominio britannico, i cittadini cattolici venivano discriminati dalla maggioranza protestante al governo della provincia con l'Ulster Unionist Party, partito di maggioranza del parlamento autonomo nordirlandese. Per i cattolici era più difficile trovare lavoro ed erano discriminati nell'assegnazione delle case popolari. Oltre a ciò, anche dove erano maggioranza (per esempio

a Derry) le circoscrizioni elettorali erano disegnate in modo da non permettere ai cattolici di vincere le elezioni.

Ma veniamo alle distillerie. Situata nella cittadina di Bushmills (Irlanda del Nord, Contea di Antrim, ad un centinaio di km da Belfast zona a maggioranza protestante) si trova la Old Bushmills Distillery. La tradizione vuole che già nel 1608 il Re Giacomo I conferì a Sir Thomas Phillipps (un colonizzatore lealista venuto dall'Inghilterra) una "licenza" per distillare nella Contea di Antrim. In quegli anni era una pratica molto comune per la corona inglese vendere "licenze". Questi "monopoli" o "licenze" venivano assegnati per qualsiasi cosa: l'importazione di vino dolce, la fabbricazione della birra o la distillazio-

*I moti iniziali di ribellione sfociarono in una guerra che durò dal gennaio del 1919 al luglio del 1921*



**PRODUZIONE**

ALCUNE  
IMMAGINI  
DELLA  
DISTILLERIA  
JAMESON.

ne, in cambio di un pagamento in contanti o di una percentuale sugli utili (da qui il termine “royalty”).

A quei tempi non esisteva una vera e propria industria legata alla distillazione, era una attività prettamente domestica legata soprattutto all’uso delle eccedenze nella produzione del grano. È da questa licenza per fare “acquavite” del 20 aprile 1608 che la distilleria Old Bushmills rivendica le sue origini. Naturalmente non c’era distilleria, non c’erano bottiglie di Whisky e anche la data è quasi certamente sbagliata avendo i britannici adottato solo nel 1752 il moderno calendario Gregoriano.

La distilleria vera e propria fu fondata nel 1784 da Hugh Anderson. Nel giugno del 2005 la distilleria fu rilevata da Diageo ma oggi è in orbita di Casa Cuervo. Nel 1780 fu fondata la Bow Street Distillery che prende il nome dalla omonima strada di Dublino (capitale della Repubblica di Irlanda a netta prevalenza cattolica). General manager della Bow Street Distillery era un certo John Jame-

son; avvocato, scozzese, proveniente da Alloa un paesino delle Lowlands centrali e sposato con Margaret Haig sorella dei fondatori delle distillerie Haig. Nel 1810 John Jameson rilevò l’intera proprietà della Bow Street Distillery cambiandone il nome in John Jameson & Son’s Bow Street Distillery.

Sin dalla fondazione John Jameson ebbe una particolare attenzione alle condizioni di vita, di lavoro e retributive dei propri dipendenti, rendendoli di fatto i più pagati della città, e venendo ricambiato da una profonda stima e ammirazione che lo resero un vero e proprio esempio per tutta la comunità. Nel 1966 la John Jameson si è fusa con la Cork Distillers e la John Powers per



formare l'Irish Distillers Group. Le New Midleton Distillery costruite dall'Irish Distillers a Midleton, nella Contea di Cork producono la maggior parte dell'Irish Whiskey venduto in Irlanda (Jameson, Powers, Paddy, Redbreast, Midleton Very Rare, Green Spot, Yellow Spot).

Le Irish Distillers sono state rilevate nel Giugno del 1988 dalla Pernod Ricard. Attualmente esiste ed opera una terza distilleria, la Cooley Distillery, che si trova nella Contea di Louth. Cooley Distillery fu fondata da John Telling nel 1985 convertendo una vecchia distilleria di alcol di patate. Questa distilleria produce i marchi Kilbeggan, Greenore, Connemara e Tyrconnel. Nel Dicembre 2011 la Cooley Distillery è stata rilevata dalla Beam Inc, a sua volta rilevata ad Aprile 2014 dalla Suntory Holdings, diventando Beam Suntory. L'eccellente Knappogue Castle è di proprietà dell'americana Castle Brands.

La travagliata storia di Irlanda e le divisioni politiche/religiose che a tutt'oggi permangono, hanno segnato una popo-

lazione influenzandola a tal punto da fare diventare anche la scelta del proprio Whiskey preferito una questione su cui prendere una posizione netta. Infatti gli irlandesi continuano a scegliere il loro Whiskey in base alla provenienza da area cattolica o protestante, alla sua storia e origini. Ma è altresì evidente come al giorno d'oggi, in tempi di multinazionali e di mercato globale, queste divisioni siano assolutamente decontestualizzate e superate.

Il Bushmills è di proprietà messicana, Jameson francese, Kilbeggan è giappo-americano, il master blender di Bushmills, Colum Egan, è dichiaratamente cattolico e il fondatore di Jameson era scozzese. Conoscere la storia, ma farsi guidare solo dal palato.

**Dario D'Avino**

**IRLANDA**  
NELLA FOTO  
SOPRA, JOHN  
TELLING DELLA  
COOLEY  
DISTILLERY.

**BUSCION di Matteo Rebuffo**  
**Le Rouge – Genova**

**INGREDIENTI**

- 50ml Old Bushmills
- 15 ml Lillet Rouge
- 10 ml Liquore di Pruni Essentiae
- 3 gocce soluzione salina
- 10 ml amaro al luppolo Puroluppolo Mistico Speciale

Metodo: stir & strain. Glass: coupette. Guarnizione: foglia di basilico.



**ESSENCE OF IRELAND di Luca Rossi**  
**Muà Lounge – Genova**

**INGREDIENTI**

- 40 ml Knappogue Irish Whiskey
- 4 gocce Bitter Seville Orange
- 30 ml Melata di Bosco
- 20 ml Citrus Mix (lime +limone+pompelmo rosa)
- 2 gocce bitter al cardamomo
- 10 ml albume

Metodo: dry shake, shake & strain. Glass: coppetta. Guarnizione: pepe del Bengala macinato, zest limone



**MHOR MOI di Vincenzo Leone**  
**Agorazein – Selinunte di Castelvetro (TP)**

**INGREDIENTI**

- 40 ml. Tullamore Dew Phoenix cask limited edition
- 15 ml. liquore alla camomilla Quaglia.
- 22,5ml.sciroppo di camomilla e zenzero\*
- 10 ml. Creme de Cacao Blanc Edmond Briottet velluto di cacao\*\*

Tecnica: shake & strain. Glass: verre á Champagne. Guarnizione: fava di cacao grattugiata e fiore di camomilla bianco.

\*per lo sciroppo mettere in infusione lo zenzero in acqua e portare ad ebollizione. Una volta freddo, mettere in infusione i fiori di camomilla estrandoli dopo 8-10 minuti evitandone la necrosi e procedere con metodo 2:1

\*\*per il velluto usare 50 ml. di Crema di Cacao bianca Edmond Briottet ed emulsionare con mezzo bar spoon di sucroestere.



**IRISH ROSMARINE PUNCH**  
**di Nicola Mangiacapra**  
**Speakeasy – Pomigliano d'Arco (NA)**

**INGREDIENTI**

- 50 ml Jameson 12yo
- 10 ml Chartreuse verde
- 3 dash Angostura bitter
- 20 ml sciroppo di zenzero (2:1)
- 3 tsp meringa al Limoncello Pallini (4 albumi-45 ml Limoncello)
- Top Champagne brut

Metodo: shake & strain. Preparazione: preparare la meringa in un contenitore montando gli albumi a neve insieme al limoncello riscaldato. Nello shaker preparare il cocktail senza meringa e Champagne. Aggiungere la meringa al cocktail e montare con un frullino ad immersione. Versare il tutto in una coppa ben raffreddata, completare con Champagne. Guarnizione: noce moscata e buccia di limone grattugiata.



**IL LEUPRECANO di Andrea Melfa**  
**Lo Straccale – L'Aquila**

**INGREDIENTI**

- 45ml Glendalought Double Barrel
- 10ml Honey Ginger Mix
- 3 dash Delizia alla Cannella Varnelli
- 10 ml Clement Creole Shrub
- 10ml Ferro China Baliva

Metodo: stir & strain. Glass: coupette. Guarnizione: twist di arancia e stecca di cannella



**L'ARENA di Claudio Perinelli**  
**The Soda Jerk- Verona**

**INGREDIENTI**

- 40ml Irish Whiskey
- 20ml Cocchi Vermouth
- 10ml Zucca Rabarbaro
- 10ml Grand Marnier
- 5ml sciroppo di camomilla
- 2,5ml succo di zenzero

Metodo: throwing. Glass: coupette. Guarnizione: orange oils



---

“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](http://www.abouten.it)

Tel. +39 393 9901367



[www.facebook.com/cinicoliquore](http://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...

# NEL NOME DI KIR

## Storia dell'aperitivo più celebre di Francia. Dopo il Pastis

DI ALESSANDRO PALANCA

**S**ebbene diffuso nell'emisfero nord come in quello sud il cassis ama il freddo. Questa pianta originaria della penisola scandinava si è progressivamente abituata a temperature più miti, ma riesce a crescere sino a 3.000 metri e a resistere fino a -40°. Per il cassis la neve è un'amica che lo protegge ricoprendolo.

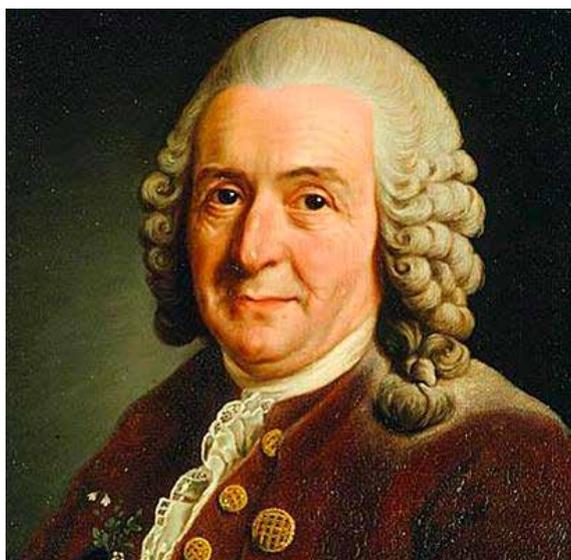
Il cassis è una delle 150 specie che compongono la famiglia delle Ribesiacee a loro volta divise in altri sottogruppi e il primo ad averla studiata e collocata botanicamente fu il naturalista svedese Carl Von Linné nel 1700. La pianta assume diversi nomi, *blackcurrant* in inglese, *schwarze johannisbeere* in tedesco, *grosella negra* in spagnolo, *ribes nero* in Italia, ma il nome comune internaziona-



le e che suona bene in tutte le lingue è cassis. La parola apparve per la prima volta su *Vénerie*, in un libro francese del 1561 sulla caccia scritto da Jacques Du Foilloux, cacciatore della regione del Poitou. L'autore indicava il frutto cassis come un ottimo rimedio per curare i cani da caccia morsi dalle vipere. Pare che il cassis fosse chiamato *poyvrièr* per i suoi piccoli frutti e della forte aromaticità delle sue foglie.

La parola cassis deriva dal termine dialettale poitevin "casse", verrà citata in alcuni testi ma non apparirà mai in alcun dizionario botanico se non alla fine del 1700. Sarà il francese Buchoz nel suo "Dictionnaire des Plantes" del 1770 a usare il termine "Cassis" o "Cassettier de Poitou" per indicare ufficialmente la pianta. Solo nel 1808 una bevanda prodotta con i frutti della pianta appare per la prima volta con il nome che determina la pianta e il suo frutto.

La pianta è un arbusto ramificato di circa 1 metro di altezza, con i frutti ricoperti da una buccia scura e liscia, con la fioritura che inizia con il solstizio d'estate. Pur essendo una pianta molto resistente il cassis è proprio all'inizio della fioritura che diventa sensibile alle



La CUEILLETTE des CASSIS en BOURGOGNE. — La cueillette se prépare la liqueur dite "CASSIS de BURGON". Les Anglais en font des confitures et des gelées. On peut aussi préparer le sirop de cassis ou son de cassis, le cassis sucré, la pulpe de cassis; il est considéré comme légèrement stomachique et diurétique.

507. - Environs de DIJON. D.D.

**CASSIS**  
 ALCUNE  
 IMMAGINI  
 STORICHE.  
 A SINISTRA  
 CARL VON  
 LINNÉ.

temperature. La raccolta del frutto, la "cueillette", avviene tra il 1 e 15 luglio, generalmente su un periodo molto corto e a giusta maturazione il frutto si stacca facilmente dal suo arbusto.

È la Francia il paese nel quale il cassis ha trovato apprezzamento maggiore e tra le 150 specie di *Ribes nigrum* conosciute quelle coltivate oltralpe sono le più note. Tra queste, il Noir de Bourgogne, il Royal de Naples, il Blackdown, il Géant de Boskoop, il Tenah, l'Andega, il Troll, il Burga e il Bigrou. Grazie alle loro

impareggiabili qualità aromatiche, il Noir de Bourgogne e il Royal de Naples sono le varietà utilizzate per la produzione delle migliori Crème de Cassis.

Storicamente alla pianta sono sempre state attribuite proprietà curative e la sua celebrazione terapeutica per persone ed animali si sarebbe manifestata nel 1712 quando l'Abate di Bordeaux P. Bailly de Montaran, dottore alla Sorbonne, scrisse una brochure inno al cassis intitolata "Les propriétés admirable du Cassis la propriété de guérir plusieurs sortes



**FABBRICHE**  
 IN ALTO  
 AUGUSTE  
 DENIS LAGOUTE  
 (A SINISTRA) E  
 HENRY LEJAL.  
 QUI SOPRA  
 L'HÉRITIER-  
 GUYOT.

*de maux*". Questo opuscolo andò a ruba e fu ristampato in ben sei edizioni. Nel testo venivano esaltate le proprietà del cassis contenute nei suoi frutti e foglie.

Nel 1750 un catalogo di liquori a marca Père Gosset riporta per la prima volta un "Ratafia de Cassis". Da quel momento il cassis cominciò ad essere consumato sotto forma di liquore in tutta la Francia anche come un genere di piacere. Le farmacie cominciarono a proporre i liquori di cassis non solo come rimedio medico. Il cassis conquistò la Francia, di

li a poco tanti altri paesi. Prima ancora dell'Assenzio e dei vini chinati il Cassis si divide il mercato insieme agli aniciati. "On ne nait pas bourguignon, on le devient" questa massima si coniuga alla perfezione al Cassis.

Il 18 agosto 1841 due persone di nome Auguste-Denis Lagoute e Claude Joly intrapresero un viaggio a Parigi e Neuilly. Il primo gestiva a Dijon una caffetteria, il Café des Mille Colonnes, e un piccolo laboratorio di liquori, il secondo era il suo distillatore. I due furono impressionati dal consumo liquori di cassis nei locali pubblici della capitale e da un liquore a loro sconosciuto molto consumato a Neuilly, il Ratafia de Neuilly. Tornati a Dijon scoprirono che il segreto di quel Ratafia era la forte aromaticità del cassis combinato con spezie e frutta infusi in acquavite. Decisero di prodursi il loro liquore di cassis. Dijon sarebbe diventata la patria della Crème de Cassis.



In Bourgogne la pianta era già conosciuta, ma il liquore era qualcosa di nuovo. Almeno sino a quel fatidico 1841. Non senza difficoltà Lagoute e Joly riuscirono a comprare per 8 franchi i primi 100 kg di frutto da M. Bizot Pierrot, sindaco di Talant. La prima produzione del 1841 fu di 4 hl, nel 1844 gli hl di liquore di cassis sarebbero stati 250.

Era iniziata l'age d'or della Crème de Cassis. La Bourgogne divenne sua terra d'elezione, i grandi romanzieri francesi, Balzac, Zola, Maupassant, lo citavano nelle loro opere. Si scatenò una forte concorrenza tra nuovi produttori e tutti miravano ad attribuirsi il titolo di più antico produttore in vista dell'Esposizione Universale del 1855.

Tra questi ci fu Justin Devilebichot, ma si ebbe la reazione dei coltivatori e caffettieri della regione che attribuirono una medaglia a Lagoute riconoscendolo come l'artefice della Crème de Cassis nella regione. L'epigrafe sulla medaglia recitava: "A Lagoute Frères et Lajay à Dijon. Témoignage de satisfaction. Souscription volontaires des producteurs, consommateurs et cafetier de la ville de

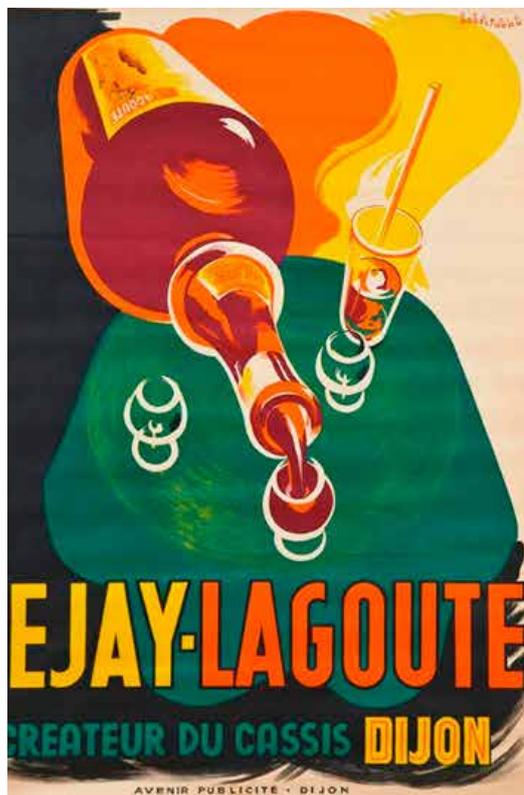
Dijon et de la Cote d'Or, 1858".

L'industrializzazione sviluppò la produzione e moltissime colture furono convertite verso il cassis che si impose come nuova espressione del terroir francese con decine di migliaia di hl nel 1870. Il primo deposito ufficiale del termine Crème de Cassis si ebbe nel 1864 e alla fine del secolo si distinguevano il "petit Cassis", il "Cassis ordinaire" e la "Crème de Cassis". Il primo era ottenuto con la prima infusione, il secondo con la successiva, e la crème, talvolta la double crème, con l'infusione vergine.

Oggi non esiste che la Crème de Cassis. Verso la fine del 1800 si ebbe una leggera crisi: nuovi liquori, il successo dei vini chinati, la campagna stampa contro il Vermouth con il quale la Crème de Cassis si miscelava bene. Ma la crisi dovuta alla fillossera della vite fece aumentare le colture della

*La Bourgogne divenne la terra di elezione della Crème de Cassis.*

*Si scatenò una forte concorrenza tra i produttori*

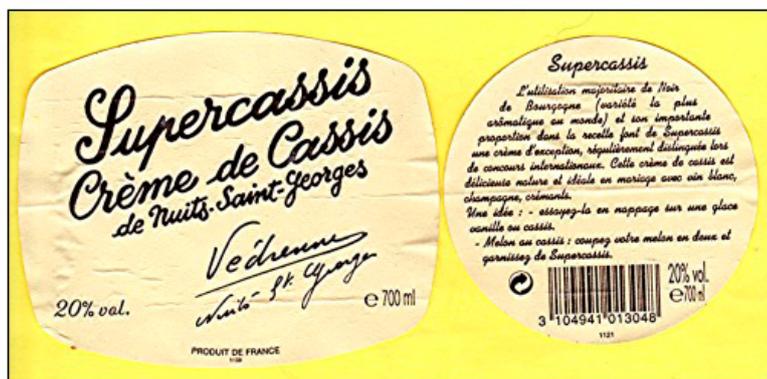


pianta che varcò il 1800 in piena forma. Apparvero la Crème de Vougeot, i primi crus di cassis di Chambertin, di Aloxe-Corton, di Chambolle-Musigny.

Nel 1904 un ragazzo di nome Faivre che lavorava al Cafè Georges di Dijon ebbe un'idea che sarebbe rimasta nella storia: miscelò del vino bianco con il liquore di cassis. In quegli stessi anni anche Edmond Briottet che aveva un'av-

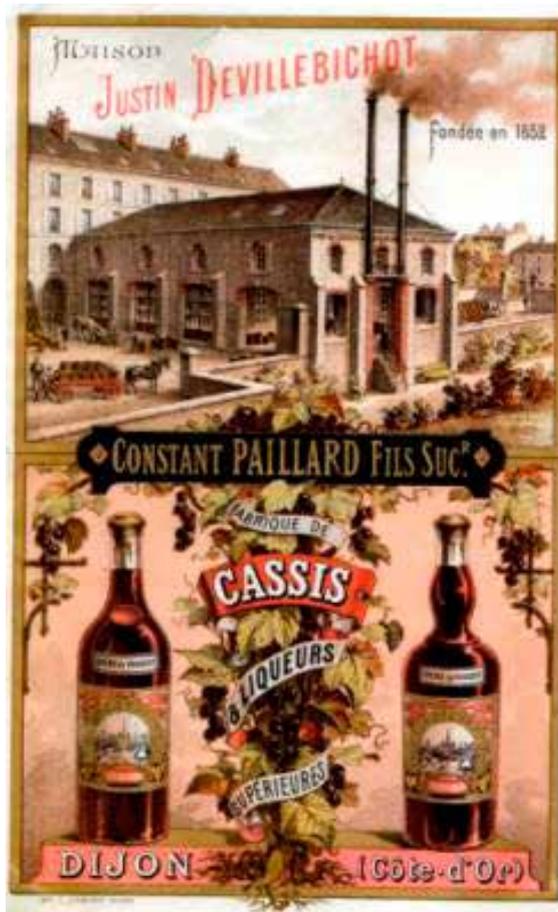
viata attività vinicola cominciò la produzione di Crème de Cassis. L'idea fu ripresa dalla municipalità di Barabant che usava offrire un calice di Champagne ai suoi ospiti. Ritenuto questo troppo caro si decise di offrire un vino bianco corretto con Cassis che, oltretutto, era anche più *bourguignonne*. Una tradizione che dura ancora.

La Grande Guerra causò un momentaneo stop nei consumi. L'autorità militare francese interdì il consumo sul suolo nazionale dei liquori che avessero più di 15° di alcol, ma i produttori che si erano riuniti in un sindacato riuscirono a fare cambiare questa disposizione che stabilì un nuovo limite a 18°; il Cassis era salvo. Nel 1920 la Crème de Cassis de Dijon era conosciuta ovunque e il prodotto guadagnò l'indicazione geografica protetta. Nel 1923 Joseph Vedrenne fondò la sua azienda a Nuits-Saint-George, nel 1933 depositerà la marca "Supercassis". Vedrenne contribuì molto alla crescita qualitativa del prodotto e il 16 settembre 1925 un decreto definì la pro-



Jci21

www.delcampe.net



**PUBBLICITÀ**  
 IN QUESTE  
 PAGINE ALCUNE  
 LOCANDINE  
 PROMOZIONALI  
 DELL'EPOCA.  
 IN ALTO A  
 SINISTRA FÀLIX  
 ADRIEN KIR E  
 SOTTO, SEMPRE  
 KIR NEL  
 MUNICIPIO DI  
 DIGIONE CHE  
 OFFRE IL VIN  
 BLANC-CASSIS.

duzione della Crème de Cassis: ottenuto dalla macerazione di bacche di cassis in acquavite con zucchero.

La Seconda Guerra arrestò la produzione del liquore anche perché il frutto era ricercato per scopi alimentari dato il suo alto contenuto di vitamina C, molti produttori scomparvero. Nel 1945 il canonico Kir divenne sindaco di Dijon. Per più di 20 anni questo religioso appassionato di politica promosse il consumo di Blanc-Cassis.

Ma chi era Fèlix Adrien Kir? Il vero

nome di suo padre era Curè, originario di Lorena. Arrivato in Borgogna mise su famiglia, trasformò il suo nome in Kir, parola vicina all'alsaziana kerisch che significa chiesa. Nel 1876 nacque Fèlix Adrien che avrebbe preso i voti di prete nel 1901. Kir apprezzava molto il Blanc-Cassis, ma era anche un grande consumatore di Rhum au thé.

Nel 1950 la stampa cominciò ad utilizzare il suo nome per indicare il Blanc-Cassis che Kir amava consumare anche al bar dell'Assemblea Nazio-



## RICETTE CASSIS

### FANCY SUMMER SMAH di Riccardo Semeria The Fumoir Bar – Claridge's – Londra

#### INGREDIENTI

- 15ml Crème de Cassis
- 15ml Kir
- 2 spicchi di pesca bianca
- 2 spicchi di limone
- 5ml maple syrup
- Top up con Brachetto

Tecnica: muddled. Glass: Julep cup. Guarnizione: ciuffetto di menta, spicchio di pesca, mix frutti di bosco



### FINEST MAN di Giulia Galeotti Finest Drink's Room – Magenta (MI)

#### INGREDIENTI

- Foglie di melissa
- 1/2 oz Crème de cassis
- 1 oz Tio Pepe Sherry Fino
- 1 1/2 oz Tarquin's Gin
- 2 oz Pimienta gingembre
- dash teapot bitter

Tecnica: build on ice: Glass: tumbler Guarnizione: no



### MONTECARLO BY NIGHT di Salvatore Tafuri Cafè at The Standard East Village – New York

#### INGREDIENTI

- 1/2 oz Crème de Cassis
- 3/4 oz Saint Germain
- 1 oz BlackBerry puree
- 3/4 oz succo di limone
- Top up con Prosecco

Tecnica: shaker. Glass: Flûte Guarnizione: mora



### GOODNIGHT AMERICANO 16/9 di Luca Manolio – 16/9 Cocktail bar Monopoli (BA)

#### INGREDIENTI

- 3 cl Crème de Cassis
- 3cl Barolo chinato Cocchi
- top homemade soda camomilla e cardamomo nero (senza zucchero)

Tecnica: build over ice. Glass: tumbler. Guarnizione: lemon peel



### MY PINK GIN di Roberto Pellegrini Tacco 11 Cocktail Bar – Spinea (VE)

Ingredienti e tecnica: In una coppetta Martini ghiacciata versare gocce di Crème de Cassis. Ruotare tra le dita la coppetta in maniera che il Cassis si adagi al suo interno. Mescolare un London Dry Gin a 47° precedentemente raffreddato e servire:



### RED VELVET di Andrea Melf Lo Straccale – L'Aquila

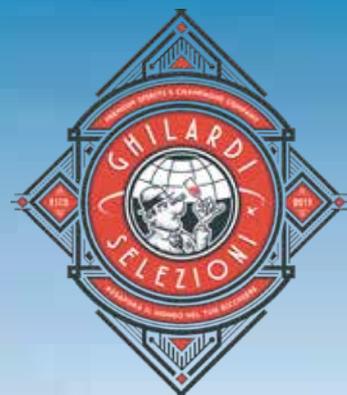
#### INGREDIENTI

- 30ml Edgerton Gin 8 (Pink Gin infuso di melograno)
- 20ml Crème de Cassis Briottet
- 15ml Ruby Port
- 30ml succo di limone
- 15ml acquafaba (acqua di cottura dei ceci)
- Top di soda water

Metodo: reverse dry shake e double strain on ice. Glass: Collins. Guarnizione: ribes nero



NETTARE D'AGAVE  
AZUL 100%  
ORGANICO



BEVI RESPONSABILMENTE

INFO@GHILARDISELEZIONI.COM

100% Noir de Bourgogne

"95/100  
Extraordinary,  
Ultimate Recommendation"  
UBC Awards 2016

BEVI RESPONSABILMENTE



Ghilardi Selezioni - [info@ghilardiselezioni.com](mailto:info@ghilardiselezioni.com)



## L'IMPRONTA DI ELVIS

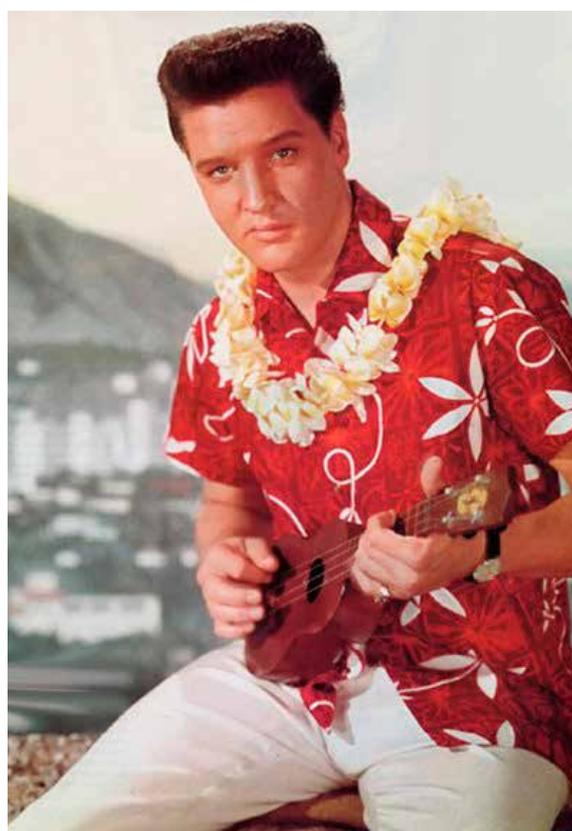
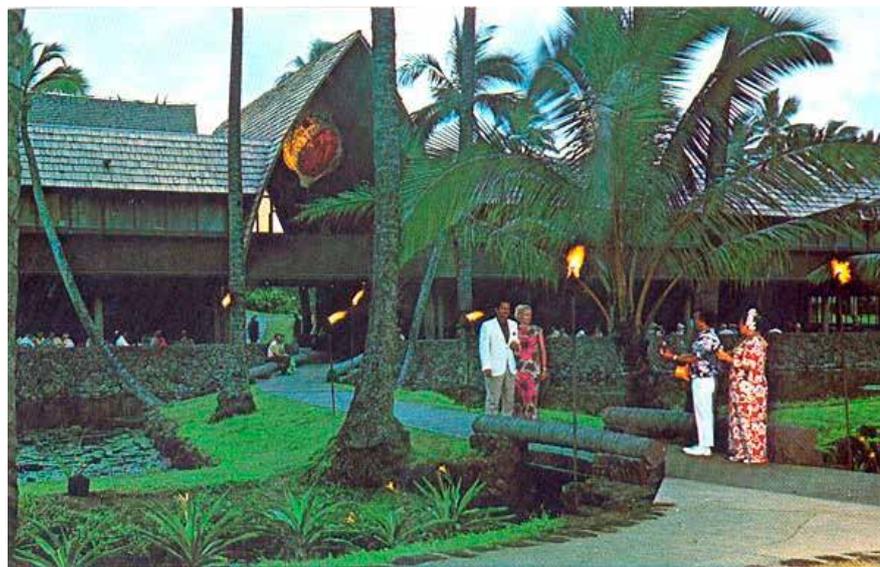
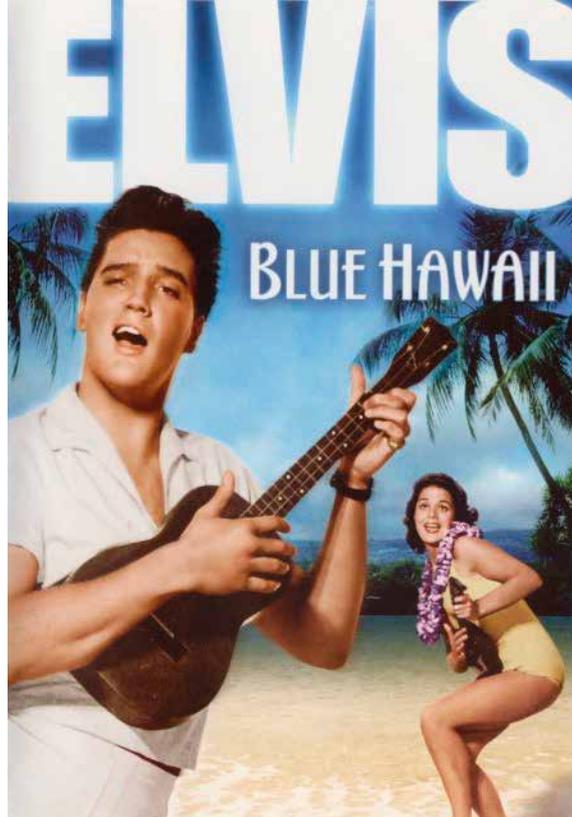
The King e il Tiki, simbolo della passione per le Hawaii e dell'esotico

DI GIANNI ZOTTOLA

**F**ine anni '50, il Tiki dilaga in una pletora di bar, ristoranti, hotel, bowling, parchi esotici, motel, golf club e addirittura abitazioni private. Tutti gli Stati Uniti sono ormai inglobati in un nuovo modo di vivere, di vestirsi e di pensare, una moda e un trend che gli studiosi hanno paragonato al fenomeno

sociale più coinvolgente della storia fino al 20 luglio del 1969, lo sbarco sulla luna.

Fin dagli albori dei cocktail esotici l'inconfondibile stile del "Tiki Paradise", che lo stesso Don promuoveva con il celebre motto "se non potete arrivare al paradiso lo porterò io da voi", ha coinvolto tutte le generazioni e le classi sociali del tempo.

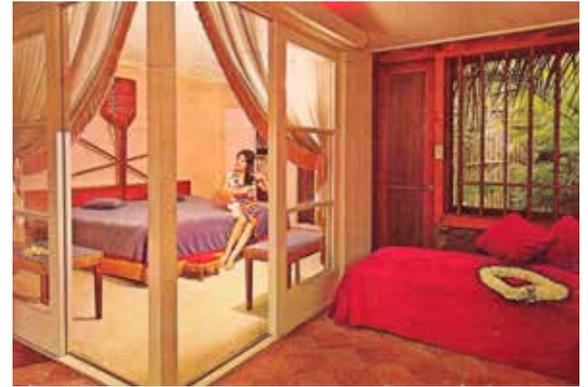


Le superstar di Hollywood, ubriachi di potenti Planter's Punch, Zombie e Mai Tai, avevano il potere di emozionare, quindi influenzare, i milioni di fan americani. Perché è proprio il cinema a dare una prima attenzione al mondo tropicale con il mito della Hula Girl interpretata dall'attrice Clara Bow nel 1927 quando i tempi della

miscelazione esotica, per via del Proibizionismo, ancora non erano maturi.

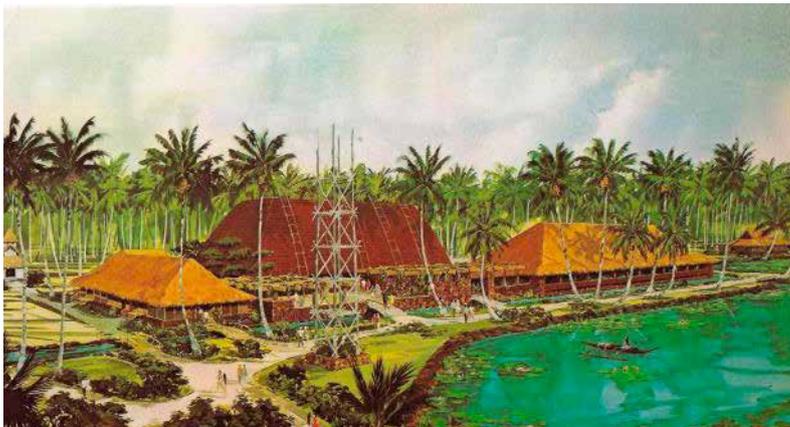
L'attenzione accrebbe con la grande interpretazione di Clark Gable nello storico film da premio Oscar "Mutiny on the Bounty". Ma già prima del film documentario Kon-Tiki o prima delle serie televisive a tema Tiki come Hawaiian Eye, attori, cantanti, registi presenziavano il Don The Beachcomber, il Luau, i Trader Vic's. Tra questi, Orson Welles, Charlie Chaplin, Joan Crawford, Buster Keaton. Alcuni di essi diventarono dei veri e propri imprenditori del Tiki come Steve Crane che nei suoi Kon Tiki e Luau ospitava regolarmente personaggi come John Garfield, Humphrey Bogart e Robert Mitchum, Gordon Scott, Elizabeth Taylor insieme a tutte le più famose attrici dell'epoca con cui regolarmente aveva relazioni extra coniugali. Altri personaggi famosi fecero la fortuna di grandi miscelatori esotici come Ray Buhen che prima e dopo l'apertura del Tiki-Tiki ebbe una carriera sempre circondata da star.

Ma ci fu un altro personaggio importante e fondamentale per la consacrazione e la diffusione del Tiki nel mondo è



Hawaii, è completamente ambientata in contesti esotici, contornata dalle classiche camice a fiori con le quali lo stesso Elvis si esibiva in canti e balli che richiamano lo stile folkloristico delle isole. Le stesse ambientazioni saranno riproposte negli altri due film successivi: "Girls! Girls! Girls!" 1962 e "Paradise, Hawaiian Style" 1966.

Ma l'amore che Elvis prova per le Hawaii lo portò a tornare ad Honolulu con una nuova produzione televisiva che fu trasmessa in mondo visione nel gennaio del 1973, un concerto di grande successo mediatico chiamato "Aloha from Hawaii Via Satellite". Il film *Blu Hawaii* fu fondamentale per il destino della cultura Tiki tanto che cambiò anche le sorti del luogo in cui fu stabilito il set cinematografico, il Coco Palms Resort. Il Coco Palms nacque sull'onda del turismo hawaiano sull'isola di Kuai il 25 gennaio del 1953, in quella che era la più grande foresta hawaiana di cocchi, circa settemila metri quadri in cui erano stati piantati duemila alberi importati da Samoa nel 1896 da William Lindeman. Un luogo socialmente e spiritualmente importante per le Hawaii, molto vicino a tre dei templi "Heiau" più rilevanti dell'isola, terreno di proprietà da oltre seicento anni della famiglia reale e dimora dell'ultima regina Deborah Kapule Kekaiha 'akulou, venuta a mancare nel



probabilmente uno dei più grandi della storia. Detto The King, Big El, The Pelvis, fu proprio Mr. Elvis Presley da Memphis che nell'evolversi della sua carriera cinematografica fu attore protagonista del film *Blue Hawaii*, il primo film girato nel 1961 proprio alle Hawaii, il primo di una trilogia in stile. La pellicola, accompagnata dalla celebre colonna sonora omonima Blu



1853. Nelle sue vicinanze si trovavano centenari luoghi sacri di benedizione e l'inizio del sacro cammino degli spiriti Alii.

Ma il piccolo villaggio turistico, costruito con la moda dilagante del contesto esotico del Tiki, contava 24 camere e soli quattro dipendenti e non inaugurò nel migliore dei modi. Nella sua prima notte di apertura ospitò solo due persone.

La scelta della Columbia Pictures di ambientare proprio nel resort il film drammatico interpretato da Rita Hayworth, "Miss Sadie Thompson" ("Pioggia" in Italia) suscitò al posto un'attrazione sempre più crescente tanto da attirare altre produzioni come 20th Century Fox con il film del 1958 "South Seas". Ma la sferzata definitiva alla popolarità del resort fu data proprio da Blue Hawaii distribuito dalla Paramount Pictures, diretto da Norman Taurog e interpretato da Elvis.

Nel 1961 Elvis arrivò al Coco Palms e



occupò per tutta la durata della produzione quello che diventerà il mitico appartamento numero 56: King's Cottage. Il film celebra il rituale dell'accensione della torcia delle 19.30 "Call to Feast" che dava inizio ai banchetti festosi che il resort ha praticato ogni giorno per circa quaranta anni. La scena che probabilmente suscitò più clamore fu quella finale girata con la coprotagonista Joan Blackman. Nella scena i due attori suggellarono il loro amore con il matrimonio, accompagnati con classica e primitiva canoa a doppio scafo alla Wedding Chapel. La scenografia era arricchita da canzoni intonate da cantanti hawaiane e dal celebre pezzo di Elvis The Hawaiian Wedding Song.

Da quel momento il Coco Palms diventerà la meta delle coppie di tutto il

*Nel 1961,  
Elvis arrivò  
al Coco Palms  
e occupò  
l'appartamento  
numero 56,  
il King's Cottage*

mondo e sarà teatro dell'organizzazione di circa cinquecento matrimoni all'anno. Il resort subì un incremento di popolarità molto elevato e sotto la direzione di Grace Guslander negli anni 70 arrivò a poter ospitare clienti in ben 416 camere, ridotte poi nel 1984 a 393. Da allora il resort ha ospitato le personalità più influenti del mondo.

Ma nel 1992 l'uragano Iniki distrusse circa 9.000 case con danni rapportati a oltre 3 miliardi di dollari. Tra le poche strutture rimaste in piedi ci fu proprio il cottage numero 56 che però, come tutte le rovine, fu preso d'assalto dagli sciacalli. Dopo cambi di proprietà, piani di risanamento e tentativi di ricostruzioni sempre ostacolati da vicissitudini burocratiche, finalmente si concretizzò l'attuazione del progetto della Hyatt Hotels in collaborazione con una società con sede ad Honolulu, la Coco Palms Hui LLC. Ma i lavori intrapresi finirono in

fiamme il 4 luglio 2014 demolendo tutto quello che era stato ripristinato.

Elvis fece del Tiki il suo stile di vita per un periodo. Uno stile di vita ancora oggi impresso nel museo nazionale nel Tennessee. A Memphis nel 1957 l'artista acquistò una lussuosa residenza chiamata Graceland. In questa maestosa dimora lo stravagante Elvis fa creare una stanza completamente arredata in stile esotico che chiamò Jungle Room. La stanza, in cui era presente anche una cascata, era arredata con manufatti in legno e decorazioni Tiki dell'età più avanzata, decisamente kitsch e pacchiano. Tali oggetti, che adornavano la Jungle Room, provenivano direttamente dalla WITCO, acronimo dell'azienda Western International Trading Company fondata da Bob Post ma resa celebre per le opere Tiki del cugino, l'artista William Westenhaver.

Dopo aver studiato, negli anni 40, alla Art Center School of Design di Los Angeles, Bill si imbattè nelle opere artigianali e primitive della Melanesia, precisamente dopo una sosta alle Admiralty Islands. Nel 1957 iniziò la produzione di una serie di opere d'arredamento in nuovo stile detto "Modern Tiki" o "Pop Primitivism". Il successo della azienda decollò a tal punto da avere showroom in tutte le città americane, forte di lavori effettuati ad hoc per i più importanti personaggi dello spettacolo tra cui appunto Elvis.

Con il passare del tempo anche la Witco chiude i battenti con l'affievolirsi della cultura Tiki, precisamente nel 1977. Elvis entrò definitivamente nel Tiki come simbolo della passione per le Hawaii e dell'esotico. Ancora oggi c'è chi ricorda il grande artista scolpendo Tiki Idols e mug dedicate a Elvis.

**Gianni Zottola**

## LA RICETTA

### BLUE HAWAII COCKTAIL

Il caso vuole che il film Blue Hawaii influenzi anche la miscelazione, in merito ad un drink omonimo inventato in realtà quattro anni prima del film, da Harry Lee nel 1957 all'Hilton Hawaiian Village. Il drink subì un'impennata di popolarità non tanto per la qualità della miscelazione che ormai andava verso prodotti sempre più light fino all'esplosione della Vodka, ma proprio per l'enorme impatto del film del 1961.

#### INGREDIENTI

- 3 oz di succo fresco di ananas
- 1 oz di sweet & sour
- ½ oz di Blue Curacao
- ¾ oz di light Rum
- ¾ oz di Vodka

Metodo: shake and pour con ghiaccio a cubi

# DURO.PURO. BLOCCO

GHIACCIO ALIMENTARE CONFEZIONATO



**DIVENTA NOSTRO PARTNER**

scrivici a [info@puroghiaccio.it](mailto:info@puroghiaccio.it)

[www.puroghiaccio.it](http://www.puroghiaccio.it)





# AL DI LÀ DELLE NUVOLE

Al Gong Bar, drink emozionali  
per un viaggio alla ricerca del sé

DI GIULIA ARSELLI

**S**vettando tra le nuvole di Londra, il Gong Bar dello Shangri La Hotel, in stile asiatico e diviso in zona cocktail e zona Champagne bar, è attualmente il più elevato d'Europa.

Il team diretto dal Bar Manager Fabio Dal Bosco e dall'Head Bartender Christian Maspes ha da poco portato alla ribalta la nuova drink list del Gong Bar. Il nome del menu, *The Circle Of Life*, rac-



**LONDRA**  
IL BARTENDER  
E ALCUNE  
IMMAGINI DEL  
GONG BAR.

chiude già il concetto che sta alla base della creazione delle ricette in esso contenute: lo stile di vita londinese, spesso con scenari quasi uguali in tutte le capitali del mondo.

Le metropoli offrono una vita quotidianamente frenetica ritmi elevati e stressanti per i più, ore con la testa china sugli inseparabili device. *The Circle Of Life* ha come concetto di base il viaggio. Non uno qualsiasi, bensì quel viaggio inteso come il percorso vitale che ogni persona affronta durante la sua esistenza, quell'immaginario che spesso conduce indietro nel tempo, un metaforico viaggio interiore alla riscoperta dell'io più intimo e profondo. Forse, un tornare a essere

più veri verso una metà che rappresenta il punto in cui ci si ritrova con se stessi, un momento nel quale si realizza che la modernità pur con tanti benefici ha chiesto in cambio un essere socialmente più distaccato dal reale. Questo concetto ispiratore altro non è che una ricerca di emozioni da far rivivere nei drink.

*The Circle Of Life* è suddiviso in quattro categorie di drink. *The Wonders Years* intende riportare il consumatore nel periodo dell'infanzia. In questa categoria troviamo *Born To Fly*, (Grey Goose Vodka, liquore di fichi, basilico, succo di lime e Lillet Blanc). L'utilizzo di Grey Goose Vodka simboleggia l'uccellino pronto a spiccare il suo primo volo fuori dal nido che



è stata la sua gabbia protettiva, l'inizio del viaggio. È un drink leggero e delicato, fresco e rinfrescante, giovane ed elegantemente dolce con spiccate note di erbe profumate, un drink da consumare in ogni momento.

In *Born To Fly* troviamo anche *Nothing But Bubbles* (Bentianna, estratto di miele e uva, Vermouth Cocchi Amaro, sciroppo di semi di coriandolo e Genever), un drink effervescente dovuto alla sua preparazione con il Perlini. Questo drink, tendenzialmente aperitivo con delle note amaricanti e speziate, trae ispirazione dalla foto di uno spot della 7up raffigurante un bambino che abbraccia la lattina; il tentativo

di riportare il bevitore indietro nel tempo alla voglia e alla scoperta delle prime bibite gasate.

La categoria *First Kiss* è un inno agli anni spensierati dell'adolescenza ma anche delle prime scelte importanti, amori ed esperienze. Il drink *Under The Sea* simboleggia appieno questo concetto ispirandosi alla pellicola Disney tratta dalla fiaba La Sirenetta. In questo drink il cliente è invitato a introdurre nella flute



**COCKTAIL**  
 IN ALTO A SINISTRA L'ASIAN EXPLORER; QUI SOPRA IL WORKING 9-5. AL CENTRO IL NOT TO OLD.

*Surfing*, composto da Anspach IPA birra, Galliano, Yuzu Sake (Sake aromatizzato con yuzu), Barbancourt 8yo e succo di limone, servito in un tankard di legno di Anspach & Hobday brewery. Rinfrescante, erbaceo e luppolato. *Grown Up* prende come concetto base la maturità, la famiglia e la crescita professionale. Ispirato a un uomo che si avventura alla scoperta del continente asiatico e di nuovi sapori, dove per la prima volta prova uno snack locale avvolto da una foglia di banana composto da riso funghi e cocco, replicato nel drink dal nigori sake (un sake meno filtrato del normale), una infusione fredda di 3 diversi tipi di funghi all'interno di Madeira Sweet wine e della crema di cocco.

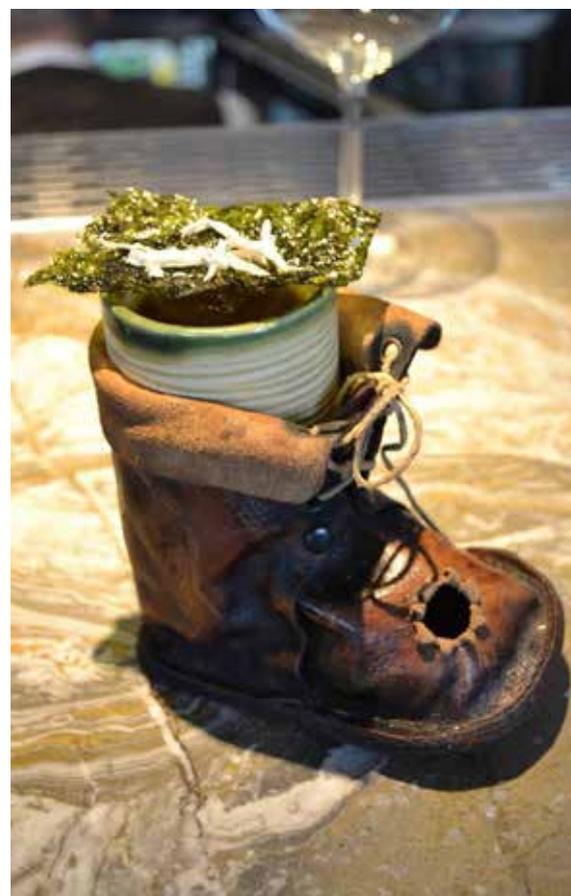
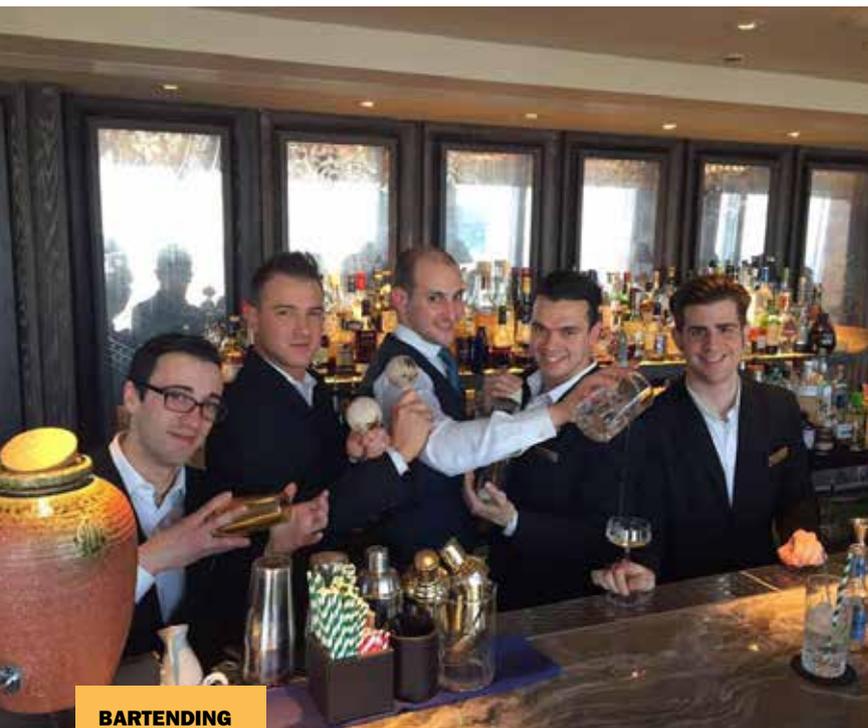
*The Circle of Life* accompagna i consumatori attraverso un viaggio sensoriale ed emozionale



che contiene il drink delle perle di cioccolato, ripetendo la scena dell'offerta agli dei del mare della fiaba. La ricetta è composta da Ketel One Vodka, seaweed syrup, Domaine de Canton ginger liquor, lemon zest discard), Duval Brut Champagne, perle dorate di cioccolato e lemon zest. Il gusto di questo drink è leggermente affumicato e salato, marino, come la fiada alla quale si ispira.

Dello stesso gruppo fa parte *Crowd*

Tra i *Grow Up* troviamo *Asian Explorer*, (Tanqueray 10 Gin, infusion di funghi in Madeira dolce, Nigori Sake, latte di cocco ed estratto di ginseng) ha un gusto cremoso, dolce ma molto complesso, da dopo cena. Altro *Grow Up* è *Working 9 to 5*, un Martini style servito con un cono di biltong beef essiccato. Gusto fumoso di torba, erbaceo questo drink è ispirato



#### BARTENDING

IL TEAM DEL  
GONG BAR.  
A DESTRA  
L'OJISAN  
COCKTAIL.

a un uomo in carriera, preso dal lavoro, un gusto intenso e complesso, il mix di diversi tipi di gusti accompagnati dal bil-ton beef a creare quella sensazione di umami, il gusto perfetto. Old School è il momento della saggezza e della maturità, della semplicità maestosa vestita elegantemente.

*Not To Old* (N.T.O.) servito in una fiaschetta personalizzata per il GONG Bar posizionata in un piccolo cestino di vimini. Il drink è una reinterpretazione del classico Blood and Sand; Remy Martin VSOP, ginger & lemon shrubs, succo di arancia, orange, Ratafia e Martini Gran Lusso 150°, un edizione del Vermouth a base di Moscato invecchiato con una ricetta de 1904 chiamata "estratto 94". Fresco, citrico, speziato e fruttato. La consapevolezza del gusto, raggiunta la dovuta esperienza, è in grado di riconoscere ed apprezzare anche i sapori più nascosti e complessi. Ciò che prima era troppo forte oggi risulta appagante e non si è mai troppo "vecchi" per gustare certe sensazioni.

*Ojisan* è un modo affettuoso per descrivere un nonno in giapponese. Questo drink è servito in un tumbler posizionato in una piccola scarpa. Woodford Reserve, Hedonist (Cognac, ginger e vanilla liquor), Pedro Ximenez Sherry, Swedish Punch e Pimento per un gusto antico e forte. Ispirato ad un uomo lavoratore nei campi, mani pesanti ed andamento stanco, il nonno capostipite di una intera famiglia cresciuta con sacrifici e sudore. Qui abbiamo sapori forti e semplici, la scarpa consumata a rappresentare il viaggio fatto.

Obiettivo di *The Circle Of Life* è quello di accompagnare i consumatori in un determinato momento della propria vita attraverso sapori vecchi e nuovi, magari ricordando esperienze passate in compagnia di amici. È la chiave del concetto del bar, un posto nel quale la condivisione avviene con persone reali, senza barriere elettroniche. Con i bartender che confezionano sailor drink.

**Giulia Arselli**

# SHARE YOUR ESSENCE

Gregory, pianist. A diplomat of music with soul.

#wearethediplomats



*The World  
Needs More  
Diplomats*



 /RonDiplomatico

BEVI DIPLOMATICO RESPONSABILMENTE  
IMPORTATO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI

Rum  
DIPLOMATICO



# ELEGANCE IN THE SPIRIT

VERMUT . TORINO . SINCE . 1837  
RISERVACARLOALBERTO . COM

"The progress consists on preserving  
the essence of old days that had the virtue  
of creating a better today"

*Ortega y Gasset*



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

*Henri J. G. J. J.*  
Citadelle Gin, Distilled with time

IMPORTATO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI - BEVI RESPONSABILMENTE

# IL LIQUORE PIÙ ANTICO DEL MONDO

Nato per scopi terapeutici e poi rituali, sta lentamente tornando alla ribalta  
A Londra, col nome di Gosnell

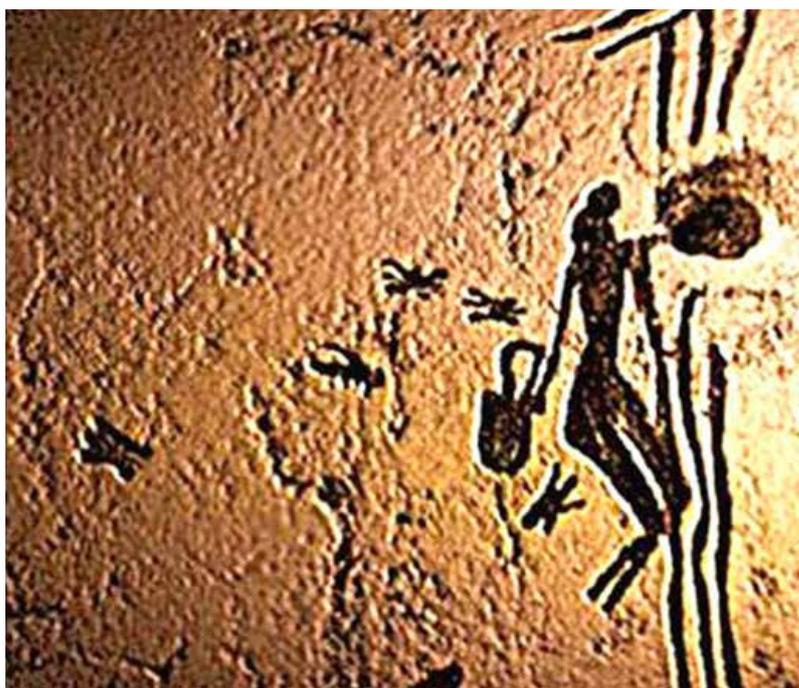
DI LUCA RAPETTI

**P**rodotto naturale ricavato da un lungo e arduo processo di raccolta operato dalle api, il miele è indubbiamente un alimento che chiunque di noi conosce. Per le sue proprietà curative, il miele è sempre stato considerato un alimento pregiato, soprattutto in

quei periodi ove l'unico rimedio per curare o attenuare i sintomi di alcune malattie era l'uso di sostanze naturali.

Sebbene vi siano alcune differenze tra tipologie di miele differenti, possiamo comunque affermare che in generale il miele genera un'azione antibatterica, cosmetica (in particolare per la pelle) e apporta molte sostanze nutrizionali, tra cui calcio, ferro, fosforo e vitamine. Ciò che lo ha reso, fin dall'alba del genere umano, un alimento così noto è soprattutto la sua naturale dolcezza, che ha fatto sì che venisse utilizzato come principale dolcificante fino alla lavorazione della canna da zucchero e della barbabietola.

Alcune pitture rupestri risalenti all'età della pietra mostrano alcuni spaccati di vita di tutti i giorni, tra i quali alcuni raffiguranti la raccolta e l'uso del miele. Poiché al tempo non vi era alcun tipo di contenitore ermetico per lo stoccaggio del miele esso era semplicemente contenuto all'interno di primitive scodelle, lasciato



esposto al contatto con aria. Proprio l'occasionale miscela di miele e acqua piovana, a contatto con i lieviti presenti naturalmente nell'aria, doveva aver innescato una sorta di fermentazione, dalla quale si ottenne una soluzione a basso contenuto alcolico, l'Idromele. Considerato da buona parte della comunità scientifica come la più antica bevanda alcolica nella storia dell'uomo, l'Idromele, così come il miele stesso, è sempre stato utilizzato sia per scopi terapeutici sia consumato in occasioni importanti.

Per tracciare il percorso storico di questa bevanda, dobbiamo innanzitutto analizzare l'aspetto etimologico di Idromele, il cui corrispettivo inglese è Mead. In sanscrito, che è la lingua della cultura indiana e rappresenta inoltre la sacra lingua per le religioni Induista, Buddista e Jainista, il termine Mādhu era riferito sia a miele sia a Idromele. A testimonianza di ciò, negli inni Rigveda, raccolta di testi sacri induisti risalenti a circa 5000 anni fa, Krishna e Indra sono chiamati Madhava, il cui significato è "Nati dal miele", ed il loro simbolo è appunto un'ape. Per questo motivo si riteneva che nelle più alte sfere celesti vi fosse una sorgente di miele. Successivamente Mādhu assunse anche il significato di "bevanda dolce".

Stesso significato lo ritroviamo anche nel termine greco Méthē, che venne anche impiegato per esprimere il concetto di "bevanda forte": infatti la connessione tra bevanda dolce e forte era dovuta al fatto che una soluzione ad alta concentrazione zuccherina, se avviata a un processo di fermentazione alcolica, può generare una soluzione a elevato tenore alcolico. Venne creata un'altra parola per identificare il miele e connessa a Méthē,



Mèli, dalla quale poi si sarebbero generate il latino "mel" e il francese "miel". Dalla stessa radice, Melíkatos e successivamente Idromeli (ιδρόμελι) sarebbero state impiegate per identificare l'idromele.

Le menzioni inerenti l'importanza del miele nella società greca di certo non mancano, soprattutto collegate alla sfera delle divinità: Bacco venne inizialmente adorato come la divinità dell'Idromele, prima di essere associato al vino. Durante il periodo dell'impero romano, come annotato nella raccolta di ricette elaborata da Marco Gavio Apicio, il miele veniva aggiunto ai vini speziati dell'epoca, soprattutto per aggiustarne il sapore; inoltre ci



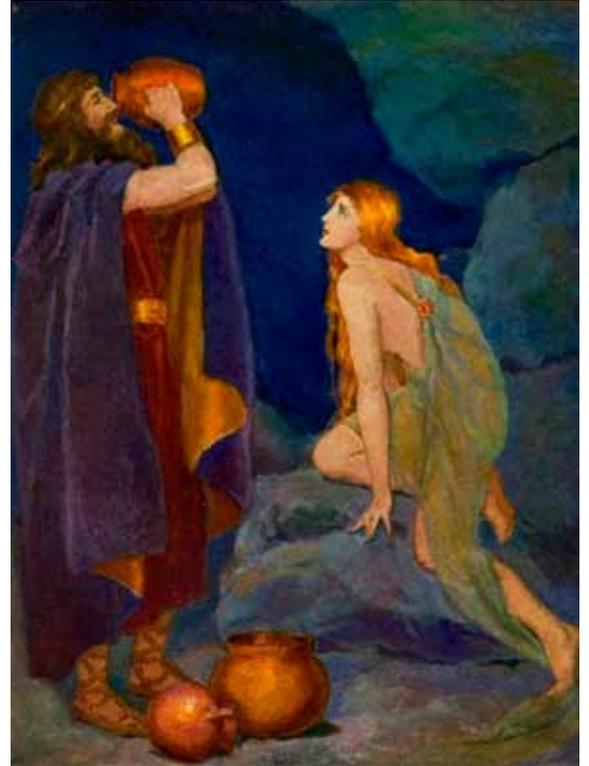
#### IDROMELE

ALCUNE  
IMMAGINI  
D'EPOCA  
CHE NE  
TESTIMONIANO  
IL CONSUMO IN  
TEMPI ANTICHI.

fornisce una descrizione di come veniva prodotto l'idromele, mescolando 1/3 di miele e 2/3 di acqua piovana ed esponendo la soluzione al sole per 40 giorni.

Lo storico e geografo greco Strabone, vissuto tra il 60 a.C. e il 20 d.C. e che nella sua opera *Geografia* descrisse le regioni del mondo abitato, ci informa che nelle terre del nord, in particolare in quella che oggi è l'Irlanda, veniva prodotta una bevanda a base di miele. Proprio nella cultura celtica il miele rappresentava un alimento di notevole importanza, e di conseguenza l'Idromele era la bevanda alcolica per eccellenza. Nella cultura irlandese era spesso citato in riferimento ad alcuni santi, come nel caso di San Finiano, il quale, seppur nutrendosi solo di acqua e pane per tutta la settimana, la domenica era solito concedersi salmone accompagnato da Idromele.

La tradizione di consumare questa bevanda assunse ben presto due diversi aspetti: in primo luogo venne mescolata ad altre spezie, scelte per le proprietà curative che possedevano e utilizzato quindi come bevanda medicinale; l'altro utilizzo fu quello di bevanda celebrativa, soprattutto durante i festeggiamenti per matrimoni. Curiosa è infatti l'origine dell'e-



spressione "Luna di miele", che venne elaborata per descrivere i festeggiamenti successivi all'atto del matrimonio, che si protravano per la durata di un mese lunare (30 giorni) e durante i quali venivano consumate notevoli quantità di Idromele.

Focalizzando l'attenzione sull'etimologia del termine "Ale", utilizzato oggi per definire birre prodotte ad alta fermentazione, è stato notato come esso possa quasi certamente derivare da un primitivo termine anglosassone "Ealu", a cui è a sua volta strettamente collegata "Alu", presente nell'antico vocabolario prussiano e che identifica "idromele", come cita il filologo inglese Isaac Taylor nel suo *The Origin of the Aryans* del 1892. Ad avvalorare la tesi che nel Medioevo il termine Ale era probabilmente associato a una bevanda fermentata a base di miele piuttosto che a una a base cerealicola, lo dimostra una petizione datata 1483, nella quale i produttori di Ale londinesi chiedevano al governo della città di emanare



### METHEGLIN.

Non Vitis, sed Apis succum tibi mitto bibendum,  
 Quem legimus Bardos olim potasse Britannos.  
 Qualibet in bacca Vitis Megeira latescit,  
 Qualibet in gutta Mellis Aglaia nitet.

The juice of Bees, not Bacchus, here behold,  
 Which British Bards were wont to quaff of old ;  
 The berries of the grape with Furies swell,  
 But in the honeycomb the Graces dwell.

Howell.

D



una specifica legge che proibisse qualsiasi aggiunta di erbe e luppoli durante la fase produttiva della bevanda, facendo ulteriormente presupporre che non si riferissero al significato moderno di birra Ale che prevede invece l'impiego di luppolo, ma bensì a un'altra tipologia di bevanda.

Sebbene non si possa confermare del tutto questa tesi, rimane comunque indubbio che l'idromele rappresentò per molti secoli un alimento fondamentale nella dieta delle popolazioni del Nord Europa e particolarmente delle terre britanniche. Ciò che permise il rapido diffonder-

si dell'idromele fu indubbiamente la facilità con il quale poteva essere prodotto e la grande disponibilità di miele presso i monasteri e le chiese del Medioevo. Infatti i monaci necessitavano di usare la cera prodotta dalle api per alimentare la produzione di candele, fondamentali per l'illuminazione e per le cerimonie religiose; inoltre studiarono e compresero le proprietà organolettiche che esso aveva e crearono anche altre tipologie di bevande, alcune delle quali non sono però giunte sino alla odierna tradizione e non sono più state utilizzate. Altre sono state addi-

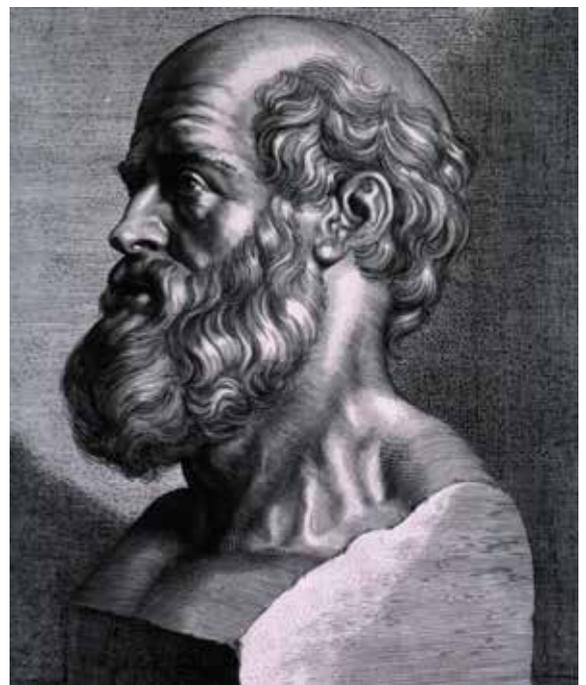


rittura tramandate a partire dall'epoca in cui Greci e Romani dominavano il Mediterraneo e buona parte delle terre allora conosciute.

Ora le analizzeremo nel dettaglio per meglio comprenderne le caratteristiche.

**Melomel.** Consiste in una miscela di miele e succo di frutta che viene fatta fermentare e che sviluppa un titolo alcolometrico di circa 10-12° e può essere degustato appena imbottigliato o anche dopo un'affinatura di alcuni mesi in bottiglia. La sua origine era dovuta al fatto che il quantitativo di miele in eccesso, dopo la produzione di idromele, veniva mescolato con succhi di frutti che erano facilmente reperibili. L'alta concentrazione zuccherina garantiva una fermentazione più veloce e la possibilità di ottenere un prodotto maggiormente alcolico, con un costo produttivo inferiore rispetto all'idromele, soprattutto da quando la reperibilità del miele iniziò a diminuire e il suo prezzo di acquisto salì.

**Pyment.** Greci e Romani contribuirono a diffondere su larga scala la coltivazione della vigna e la produzione e consumo di vino. Scoprirono che l'aggiunta di miele al mosto poteva sviluppare un prodotto più alcolico: mediamente veniva aggiunta una quantità variabile da 0,5 kg a 1 kg di



miele ogni 4,5 litri di succo d'uva. Il risultato era una sorta di vino con un notevole residuo zuccherino, motivo per cui venne soprattutto apprezzato in passato come vino da dessert.

**Hippocras.** Così chiamato in onore di Ippocrate, considerato il "Padre della Medicina", poiché egli era solito aggiungere al Pyment alcune erbe delle quali aveva studiato le proprietà curative. Si ottiene perciò dalla mistura di miele e succo d'uva nelle stesse proporzioni specificate per il Pyment, a cui vanno aggiunte erbe scelte anche per il loro aroma. Per que-



sto motivo deve essere correttamente bilanciato, in modo che i singoli ingredienti possano trovare espressione nel prodotto finale.

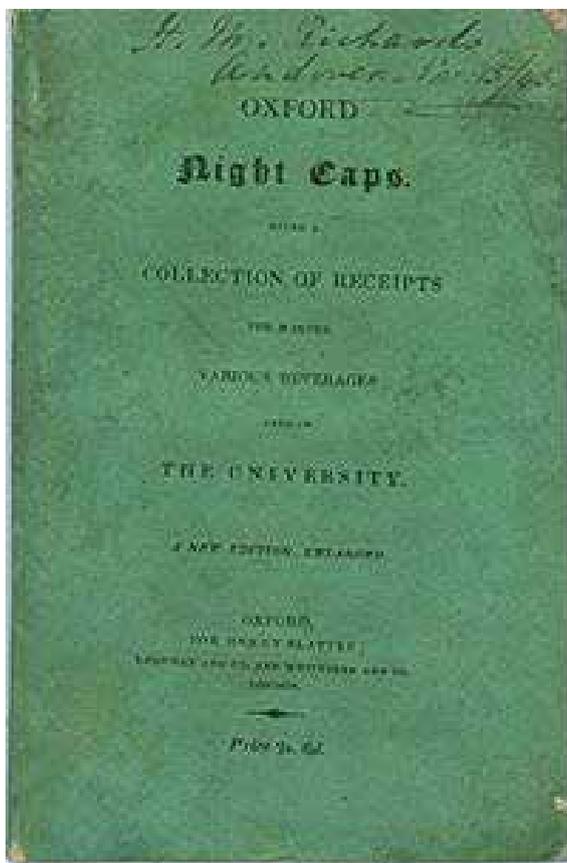
**Metheglin.** Termine derivato dal gallese “Medclyglin”, che significa “Medicina”. Come suggerisce l’origine del nome fu inizialmente elaborato per scopi terapeutici. Le erbe e spezie venivano aggiunte al miele, il tutto veniva fatto fermentare e il risultato era un Idromele speziato, dall’alto tenore alcolico e che si diffuse rapidamente su tutto il territorio britannico. Le erbe e spezie maggiormente utilizzate erano chiodi di garofano, noce moscata, fiori di sambuco, rosmarino e primula. Venivano spesso aggiunte in grandi quantità, nell’ordine di circa 30 gr ciascuna ogni 4,5 litri di Idromele. Una volta fermentato, il Metheglin necessita di un periodo di maturazione per permettere ai vari aromi di stabilizzarsi ed armonizzarsi.

**Cyser.** Come ci suggerisce la somiglianza con il termine inglese “Cider”, esso è legato al Sidro, bevanda ancora oggi molto diffusa in Inghilterra, seppur non agli stessi livelli di alcuni secoli fa. Al tempo in cui il Sidro era una delle bevande alcoliche maggiormente consumate,

si diffuse la pratica di aggiungere miele al succo di mela, in modo da ottenere un prodotto con gusto più complesso e maggiore tenore alcolico. Siccome era principalmente prodotta dai monasteri la produzione di questa bevanda perse popolarità in seguito alla chiusura di molti monasteri e alla crescita esponenziale di produzione di birra.

Alcune testimonianze di come alcune delle tipologie di Idromele sopra descritte fossero ancora in uso nel XVIII e XIX secolo, le troviamo in alcuni manuali di distillazione e tecniche di fermentazione del periodo. Nel libro Oxford Night Caps del 1827, considerato il primo libro in lingua inglese dedicato alla descrizione di bevande miscelate, a pagina 33 troviamo una breve ma esaustiva descrizione del Metheglin: nelle successive edizioni, quelle del 1835 e del 1847, troviamo anche una parte dedicata al Mead, ossia l’idromele. Nonostante l’Idromele rappre-

*La locuzione “luna di miele” deriva dai festeggiamenti successivi alle nozze durante i quali si beveva l’Idromele*



senti come abbiamo visto la bevanda che ha accompagnato l'uomo nel corso degli ultimi 5000 anni, la produzione odierna non occupa una particolare posizione nel mercato delle bevande alcoliche fermentate, ove fanno da padroni vino e birra. Tuttavia da alcuni anni a Londra si sta assistendo a una lenta ma costante riscoperta dell'Idromele, grazie soprattutto a un giovane imprenditore inglese che ha fondato Gosnell, nuovo marchio di Idromele già largamente distribuito in bar e ristoranti della capitale.

Avendo iniziato a fare i primi esperimenti in casa, Tom Gosnell si è documentato e studiato questa antica bevanda, cercando di creare un prodotto semplice ma allo stesso tempo dal profilo organolettico inusuale e sorprendentemente floreale. La sua produzione si focalizza su due versioni di Idromele, quello classico e quello aromatizzato al luppolo. La materia prima è costituita da miele proveniente dalla Spagna della qualità Orange Blossom, classificato come light honey e quindi indicato per la

produzione del classico Idromele. Dopo l'unione con acqua in modo da creare una soluzione fermentescibile, vengono aggiunti lieviti selezionati del ceppo *Saccharomyces Uvarum*. Il processo di fermentazione dura circa 7 giorni ad una temperatura controllata di 16°-17°C al termine della quale si ha un prodotto con titolo alcolometrico di 5,5° e residuo zuccherino di 46 grammi/litro. Una volta imbottigliato, viene immerso per alcuni minuti in vasche contenenti acqua a bassa temperatura. Così facendo i lieviti rimasti all'interno della bottiglia vengono totalmente inibiti in modo da impedire eventuali riprese di fermentazione, dovute agli zuccheri residui. Servito freddo a una temperatura di circa 10°C, si presenta giallo paglierino e leggermente opalescente, con presenza di bollicine che esprimono la delicata effervescenza che si ritrova al palato. Le note floreali che si percepiscono al naso sono ben bilanciate e armonizzate con il piacevole sentore di miele. La piacevole morbidezza che si percepisce al palato e la sua dolcezza lo rendono un drink rinfrescante, che potrebbe anche trovare applicazioni nel creare dissetanti long drink.

È perciò innegabile l'impronta culturale che il miele ha lasciato e continua a lasciare nella nostra vita quotidiana. È sorprendente immaginare come un prodotto della natura, così duramente elaborato da migliaia di piccole e instancabili lavoratrici quali sono le api, possa aver dato vita a un processo di evoluzione storica del settore delle bevande fermentate, contribuendo a creare le basi per molte di quelle che oggi assaporiamo nella vita di tutti i giorni.

**Luca Rapetti**

BEVI RESPONSABILMENTE



**BERRY BROS & RUDD**  
WINE & SPIRIT MERCHANTS

[www.no3gin.com](http://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](http://www.pallini.com) - [info@pallini.com](mailto:info@pallini.com)

# ALLA RICERCA DEL GUSTO

Esplorando il lavoro  
dei grandi chef:  
l'ultima avanguardia  
del bartending

DI FILIPPO SISTI



I panorama della miscelazione si arricchisce di un nuovo orizzonte, una nuova frontiera verso la quale i pionieri di un nuovo stile si sono già avventurati in cerca di una nuova interpretazione. È il mondo della gastronomia e delle tecniche di cucina che affascina e attira sempre più i mixologist in cerca di nuove esperienze.

Bartender ispirati dalla cura e dedizione maniacali che i grandi chef esercitano, applicano costantemente nel loro lavoro. Dalla elaborazione della ricetta, alla ricerca degli ingredienti, alla costruzione nel piatto e al servizio. Era qualcosa che mancava, o che forse non sembrava essere importante nel bartending. Una nuova visione concettuale della mixology impone un continuo allenamento mentale per osservare la grammatica del gusto da differenti punti di vista, in alcuni casi fino ad annullare quasi del tutto la pre-

cedente visione. Significa abbattere dei muri, infrangere dei concetti stereotipati secondo i quali si è cresciuti con una certa idea del fabbisogno alimentare e del bartending. Esplorare la ricerca di gusti nuovi combinando ingredienti a noi vicini ma lontani dalla miscelazione, realizzando che in quello che mangiamo o beviamo esiste un equilibrio verso il quale tendiamo spasmodicamente. Equilibrare significa armonizzare cose diverse tra loro, anche in più e diverse consistenze, magari per dare una diversa nota palatale e anche una certa sonorità al drink.

Il gusto di un drink deve essere veloce, istintivo, spesso lascia poco spazio al ragionamento, a discapito della vista che ci concede ampi spazi di riflessione. Annusando e assaggiando si decide in un attimo se qualcosa piace o meno. Quell'attimo nasconde un mondo di sensazioni che rimarranno scolpite nella



memoria e che sveleranno una serie di combinazioni. Un veloce esempio è l'utilizzo di piselli crudi nel bartending. Perché nessuno li ha mai utilizzati? Forse perché abbiamo un preconcetto del loro utilizzo, magari con dello spezzatino e delle patate, in un minestrone... In realtà se cancelliamo tutto e assaggiamo questo legume scopriamo che ha un gusto dolcissimo, fresco, erbaceo, esattamente come della menta o dei frutti di bosco che normalmente utilizziamo al bar.

Ogni alimento, ogni diversa tecnica, meritano studio e approfondimento. Chi ha mai detto, scritto o comandato che una tecnica basilare come la frittura o la cottura al cartoccio in forno non possono essere utilizzate dai bartender? L'olio non è solo di oliva, anche di riso, cocco o mandorle. Lo si può aromatizzare con frutta o spezie e poi utilizzarlo per friggere dei semi o dei frutti che una volta insaporiti potranno essere la base di un nostro homemade o di una guarnizione. In un cartoccio, non è scritto sulla Bibbia, non ci deve essere necessariamente un pesce. Potrebbe essere un frutto



esotico, magari speziato o inaffiato con dello Sherry.

Sugli homemade vorrei esprimere chiaramente il mio pensiero. In *Segheria* abbiamo una linea di 25 drink e 80/90 homemade che si dividono tra quotidiani e settimanali, le attrezzature che andiamo ad utilizzare non hanno mai un costo superiore ai 100/150€. Per affumicare un prodotto non è indispensabile un Josper da 4.000€, basta un normale barbecue Campana da 50€ e così per tutte le altre attrezzature. Può sembrare difficile, dispersivo ed eccessivo entrare



in un concetto di avanguardia ma è in casi come questi che lo spirito di osservazione diventa uno strumento che aiuta a prendere spunto da qualsiasi cosa ci circonda.

In un classico drink come un Bloody Mary o un Flip molti bartender si focalizzano su quella che a mio avviso non è necessariamente la componente appropriata da “twistare”. Nel primo caso molti tendono a sostituire il classico succo di pomodoro con uno giallo o verde, altri utilizzano peperoni o carote, perdendo di vista quello che realmente è il cuore del drink: il condimento. In quanto tale non ci si riferisce solo al sale o al pepe, ma anche alla Worcestershire sauce che, velocemente analizzata, non è altro che una salsa sapida a base di verdure, tamarindo e alici. Immaginiamo di ricercare un twist sul Bloody Mary in versione estiva e prendiamo come spunto il mare. Si apre un mondo di possibili varianti di gusto, come potrebbe essere quella di guazzetto, quindi una base di pesce.

Non si può utilizzare il pesce fresco e crudo in miscelazione, sarebbe enorme-



mente sbagliato, ma quante cose che ci circondano possiamo utilizzare in sostituzione? Immaginiamo di avere una grossa jar in vetro, dove all'interno andiamo a preparare la “nostra”, chiamiamola così, Oceanshire sauce. Potremmo utilizzare



**HOMEMADE**  
 ALCUNI DRINK  
 SEGHERIA  
 (LE FOTO DEI  
 DRINK SONO  
 DI CHICO DE  
 LUIGI).



delle alghe, della soia, delle erbe marine come asparago di mare e santoreggia, potremmo aggiungere dei legumi, il tamarindo, l'edamame per dare consistenza e farinosità, al posto delle acciughe si possono trovare le sarde essiccate.

Lasciamo riposare sotto aceto per una decina di giorni o più e avremo la nostra salsa personale e diversa da tutti senza perdersi in un homemade ridicolo e senza senso. Anche nel caso del Flip la gente si focalizza sul Porto.

## LE RICETTE

### **BOUNCING DUDE di Filippo Sisti e Luca Vezzali Carlo e Camilla in Segheria - Milano**

#### INGREDIENTI

- 50 ml di composto a base di melone bianco e caja (agrume brasiliano)\*
- 15ml Gagliardo Bitter
- 15 ml di sciroppo agave infuso con pepe di Timut
- 45 ml di Gin lavato con amido di riso Venere
- Completare con una foam ottenuta con 400 gr di centrifuga di cavolo nero, 100 ml di vino rosso, 200 ml di succo di mirtillo, 150 gr di pasta di marshmallow, 2 spoon di mayonnaise alle more e due spoon di mascarpone.

Tecnica: shaker. Glass: tazza con ghiaccio. Guarnizione: marshmallow imbevuto di Macchia Vermouth.

\*Cucinare in una vaporiera per 30'un trancio di melone bianco e un caja (agrume brasiliano) avvolti da delle foglie di loto. Quindi frullare il composto con la sua acqua di cottura e poi filtrare.

### **JACK'S PIE DOESN'T LIE**

PreMix 1: 20 gr peperoni lucani fritti, 20gr tipici dolcetti filippini a base di latte e sesamo, 200ml ginger beer, 80ml sciroppo di polline infuso ai frutti rossi. Frullare il tutto in un blender e filtrare.

PreMix 2: cucinare un ananas e affumicarlo leggermente al barbecue. Quindi centrifugarlo con dragoncello e fiori di crisantemo. Ricavare il succo.

#### INGREDIENTI

- 20ml del premix 1
- 40ml del premix 2
- 15ml di succo di lime
- 45ml Pisco infuso con Jack fruit essiccato

Tecnica: shaker. Glass: tumbler basso over ice. Guarnizione: scaglie di cocco fritto e rametti di fieno bruciati.

Il Porto è un vino e ci sarebbero mille altri derivati o metodi divertenti su cui lavorare. In molti casi si assiste alla sostituzione della base alcolica lasciando la presenza del tuorlo d'uovo al naturale, spesso dimenticando che quest'ultimo ha un sapore e una consistenza che nel 2016 riscontra poca clientela che ne gradisce odore e consistenza.

Ritorniamo a pensare a quante ricette o specialità gravitano nel food & beverage e che contengono al loro interno del rosso d'uovo. Lo zabaione con Marsala va bene, ma perché Marsala e non un liquore alla frutta o alla mandorla o alle erbe? La mayonnaise è una salsa bianca e neutra che gli chef usano come legante per altre salse, anche il bartender può utilizzarla, magari frullandola con lamponi e zucchero. Questi esempi costituiscono una significativa espressione di quell'enorme forziere di tesori di gusti e sapori ai quali attingere. A patto che si abbia la volontà e il senso dell'esplorazione, una differente prospettiva delle cose che permetta di leggere un libro con la copertina capovolta.

Apprendiamo e studiamo il classico Sazerac, ma poi nel nostro bar, cerchiamo di spingerci oltre qualcosa che non sia lo stancante e ripetitivo twist del Negroni o del Manhattan. In questo caso non scopriremo mai nulla di nuovo. Spingersi oltre, sempre con cognizione e logica, investendo sull'esplorazione di gusti nuovi, ci porterà alla scoperta di momenti in cui l'evoluzione di un gusto si esprime al massimo. Sono dei momenti che hanno qualcosa di magico, che lasciano il segno del desiderio.

**Filippo Sisti**

# 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



# ASPETTANDO MIAMI

Vince Mattia Pastori, per la seconda volta sul podio della finale italiana

DI **FABIO BACCHI**

**M**attia Pastori ha vinto per la seconda volta la finale italiana di Diageo Reserve World Class Italia 2016. La classifica ha visto Matteo Di Ienno al 4° posto, Mirko Turconi al terzo, l'outsider Nicola Ruggiero al secondo. Il giudizio è stato unanime nell'ordine di preferenza dei giudici che

hanno scelto Mattia Pastori, uno dei favoriti dai pronostici, il rappresentante italiano alla global final di Miami di settembre.

Per questa finale italiana c'erano molta curiosità e aspettativa. Molto diversi i partecipanti, selezionati tra le 400 iscrizioni, attraverso un percorso partito a ottobre e arrivato a Milano il 23 maggio per la



#### WORLD CLASS

QUI SOPRA LA GIURIA CON IL VINCITORE. NELLA PAGINA A SINISTRA I QUATTRO FINALISTI.

tappa finale. Tranne Pastori, tutti i partecipanti erano per la prima volta alla fase finale.

La sede dell'evento il Fabrique, location musicale milanese da poco rinnovata con una logistica perfetta per l'occasione: due palchi contrapposti sui quali si esibivano in contemporanea e nelle distinte prove i concorrenti, lead wall di impatto, il pubblico accomodato nei salotti tra gli schermi a seguire con audiocuffie quanto avveniva in diretta sui palchi di gara.

La giuria itinerante capitanata da Franco Gasparri impegnata nel bar judging ha selezionato per la finale ben 5 bartender milanesi di alcuni dei bar più noti della Milano da bere: un padovano, un fiorentino, un napoletano, un romano e tre rappresentanti di quella provincia del Sud dove il bartending italiano sta costruendo

una futura generazione che non teme confronti con il bartending delle metropoli. Giovinazzo, Monopoli, Eboli, sono località forse sconosciute ai più, ma dove World Class riesce a trovare delle figure che per emergere sono sempre chiamate a sforzi eccezionali e alle quali la cocktail competition più prestigiosa del mondo offre possibilità di crescita e confronto che non si esauriscono in pochi minuti di stage.

Da queste province provengono ragazzi con una età media molto bassa che professionalmente costituiscono una avanguardia generazionale che presto dovrà decidere se rimanere sul territorio o andare, altrove, in cerca di fortuna. Intanto, un seme è stato piantato. Per la cronaca dobbiamo registrare la defezione di Barbara Simmi, romana, e di Dario



più sobrie rispetto al passato, garnish minimal e pertinenti, spirit expression ben distinta in tutti i drink. La ricercatezza nell'uso di ingredienti naturali come alcune alghe, la lavorazione di composti spiccatamente culinari come il burro chiarificato e aromatizzato alla salvia conferma lo sconfinamento in tecniche di cucina che molti bartender stanno facendo proprie, ma anche timidi accenni al foraging come la raccolta delle foglie di betulla per ottenere un preparato homemade.

Il pool dei giudici era costituito da Erik Lorincz, Dario Comini, Spike Marchant, Claudio Perinelli, Daniel Dove e Stephanie Jordan Global ambassador di Tanqueray Gin. Non proprio persone che si fermano in un bar a caso per bere non si sa bene cosa. E poi la prova finale delle secret box che sensibilizzano i 4 super finalisti a una istantaneità che lascia poco spazio a una riflessione costruita a tavolino.

La secret box è un *all in* dove ci si gioca tutto per un dentro o fuori senza possibilità di ripensamento. Si aprono le scatole e in 7 minuti bisogna cercare di mettere insieme i componenti di un gusto e cercare di dare un senso a ciò che si è immaginato per entusiasmare i giudici. Vero è che il regolamento non discrimina

**COMPETITION**  
NELLA FOTO IN ALTO A DESTRA IL GRUPPO DEI PARTECIPANTI. QUI SOPRA ALCUNI MOMENTI DELLA GARA.

D'Avino, partenopeo, per impedimenti dell'ultima ora.

Temi inediti per la finale di Reserve World Class Italia 2016, inediti e forse più complicati nell'interpretazione di quelli delle edizioni degli ultimi anni. Ma questo è ormai un dato strutturale della competition che ogni anno alza l'asticella della qualità. Un'esperienza multisensoriale in un castello scozzese e due momenti distinti, prima e dopo il tramonto su di una spiaggia di Miami, erano le circostanze che i concorrenti dovevano fare rivivere ai loro clienti/giudici. Più creativa la prima prova, più informale ed esuberante la seconda, entrambe hanno comunque sollecitato i bartender a proporre drink pertinenti e per i quali ricreare il giusto contesto.

Certamente presentazioni dei drink



**CREAZIONI**  
 QUI SOPRA DA SINISTRA I COCKTAIL DI ALESSANDRO AVILA; DI GIANLUCA MANOLIO; DI LUCA VEZZALI E DI IAN BRUNO DI GIACOMO. AL CENTRO: NICOLA RUGGIERO 2° CLASSIFICATO; MIRKO TURCONI 3° CLASSIFICATO; MATTEO DI IENNO 4° CLASSIFICATO.

## I finalisti di Diageo World Class Italia 2016

**Avilla Alessandro** Sushi B - Milano

**Boboc Maria Emilia** Q Bar - Padova

**D'Avino Dario** - Napoli

**Di Giacomo Jan Bruno** Buatt - Eboli (Salerno)

**Di Ienno Matteo** Locale - Firenze

**Manolio Gianluca** 16/9 Cocktail Bar - Monopoli (Bari)

**Pastori Mattia** Mandarin Bar - Mandarin Hotel - Milano

**Ruggiero Nicola** Katuscia People & Drink- Giovinazzo (Bari)

**Simmi Barbara** Stravinskji Bar - Hotel de Russie - Roma

**Toel Colombo** Pigato - Milano

**Turconi Mirko** MAG Cafè - Milano

**Vezzali Luca** Carlo e Camilla in Segheria- Milano

chi si esprime in italiano, ma è altresì vero che in un contesto internazionale come quello di World Class, con giudici internazionali la padronanza di un inglese fluente influisce positivamente. È in questo momento che viene fuori quella componente essenziale dei concorrenti di World Class che devono usare la propria personalità come il vero valore aggiunto al drink.

Per il sesto anno consecutivo sarà un bartender del nord Italia a rappresentare il bartending italiano nell'evento finale di World Class, ma a nostro avviso un nuovo vento da sud ha cominciato a soffiare. World Class è un'esperienza totalizzante che dura tutto l'anno e tra 4 mesi sarà già Diageo Reserve World Class 2017.

**Fabio Bacchi**

# 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](http://www.onestigroup.com)

# LARGO AL FLAIR

## Flairtender in cerca di evoluzione. Per nuove traiettorie del gusto

DI FABIO BACCHI

I Loola Paloosa di Milano ha chiamato con lo stage 1 del suo Flair Championship 2016 e Roma ha risposto con la seconda edizione della Meeting Place World Flair Competition. I massimi esponenti del flairtending mondiale hanno sostenuto un lungo tour in Italia durante il quale hanno incrociato tin e flair bottle da nord a sud in una serie di competition a ritmo serrato.

Abbiamo seguito gli eventi di Milano e Roma come diretti interessati, invitati a esprimerci su una novità che sta lentamente ma costantemente radicandosi nel movimento tanto amato dai suoi estimatori e seguaci ma ancora sospettosamente osservato dal lato più classico del bartending. Siamo certamente convinti che si tratta di bartender che si esprimono in diverso modo pur cercando di mantenere una identità, che su entrambe le due sponde del bartending alcune cose siano sfuggite di mano, in alcuni casi degenerando, che è il contesto che fa risal-

tare quella o altra figura, che in entrambi i casi ci vuole la giusta attitudine e personalità. Abbiamo ascoltato i ragazzi del flair esprimere parole di ammirazione per i livelli che i mixologist hanno raggiunto nella elaborazione del gusto e presentazione dei drink.

I flairtender sono in cerca di evoluzione, di quel quid che possa aprire un nuovo scenario sul quale confrontarsi tra loro e sul mercato. Questi ragazzi, materialmente, avrebbero poco tempo per dedicarsi all'informazione merceologica, a provare ingredienti in una estenuante ricerca del gusto. Ogni giorno passano dalle 6 alle 8 ore ad allenarsi nel provare moves e nuovi "esercizi". È un'attività che richiede fisicità e costanza, stanca molto diventare flairtender. È il motivo per il quale poche ragazze perseguono questa scelta. Quella dei flairtender è una community molto identitaria, che cerca di scrollarsi di dosso l'immagine, poco elegantemente definita circense, che si



**MILANO**  
I PARTECIPANTI  
ALLA LOOLA  
PALOOSA FLAIR  
COMPETITION.



è, o gli è stata cucita addosso, in alcuni momenti storici. È anche vero che una intera generazione di flairtender ha inteso la specialità come uno sport e non come un mestiere, ma anche che qualcuno ha

sempre distinto tra working ed exhibition, e che ha uno spazio di espressione professionale ben delineato nei suoi termini temporali.

Ma qualcosa sta cambiando nel flair-

**MILANO**

IN ALTO A SINISTRA BRUNO VANZAN; A DESTRA DANIELA ISTRATE. IN BASSO DUE SCATTI DEL VINCITORE GIORGIO CHIARELLO.



tending. In alcune competition si comincia a inserire nei giudizi di merito il taste del drink. È una novità che apre nuovi margini di crescita professionale tra i flairtender che vengono così chiamati ad esprimersi su un terreno che hanno colpevolmente, e consapevolmente, per

molto tempo trascurato.

I due eventi che abbiamo seguito avevano il giudizio del drink inserito nella competition e se questa è una novità in Italia, all'estero hanno già cominciato a farlo. Lo stage 1 del Loolapaloosa Flair Championship è stato organizzato a Mi-



**MILANO**  
GIURIA DELLA  
LOOLA  
PALOOSA FLAIR  
COMPETITION.

## **Classifica finale stage 1 Loola Paloosa Flair Championship 2016 Milano**

- 1) Giorgio Chiarello** (Italia)
- 2) Roman Zapata** (Argentina)
- 3) Bruno Vanzan** (Italia)
- 4) Sergei Bulakhtin** (Russia)
- 5) Alees Pellejero** (Uruguay)
- 6) Giorgio Facchinetti** (Italia)
- 7) Alberto Timarco** (Italia)
- 8) Silvia Daniela Istrate**  
(Romania)

lano dalla Flair Academy in collaborazione con l'omonimo bar, entrambi creatori dell'evento; la Meeting Place World Flair Competition a Roma dalla Meeting Place Academy di Riccardo Francesconi e Enrico Corona presso il Meeting Place Bar. In entrambi i casi parliamo di due delle

massime scuole italiane di flair.

Circa 50 concorrenti in entrambe le gare tra i quali sono stati selezionati i finalisti che alla fine si sono divisi i ricchi montepremi. Particolarmente ricco il montepremi della gara romana che ammonta a 10.000 euro, uno dei più alti al



mondo, dei quali 4.000 per il vincitore. Molto importante il sostegno degli sponsor con gli storici ed immancabili brand Re'Al e Finest Call sempre rappresentati da Marco Canova, indimenticata legend del flair mondiale, e da Matteo Esposto.

Pubblico divertito, numeroso, musica, allegria, incitamenti e tifo sono i condimenti di questi eventi nei quali i ragazzi del flair si ritrovano a competere tra loro, ma anche a supportarsi a vicenda, pronti



**ROMA**  
 A SINISTRA  
 MAREK  
 POSLUSZNY  
 VINCITORE  
 DELLA  
 COMPETIZIONE.  
 IN BASSO  
 DANIELA  
 ISTRATE.  
 NELLA PAGINA  
 ACCANTO  
 ALCUNI  
 MOMENTI  
 DELLA  
 PREMIAZIONE,  
 LA GIURIA E, IN  
 ALTO A DESTRA,  
 ROMAN ZAPATA,  
 SECONDO  
 CLASSIFICATO  
 A ROMA E  
 MILANO.

a entusiasmarsi per le performance e manifestare disappunto per gli errori di quelli che dovrebbero essere loro avversari. L'impressione è che non siano mai in gara tra loro, piuttosto degli amici che condividono dei momenti nei quali si misurano.

Federico Cassini è stato lo speaker dell'evento di Milano che ha visto primeggiare l'italiano Giorgio Chiarello da molti definito la massima espressione italiana attuale, seguito dall'argentino Roman Zapata e da Bruno Vanzan. A Roma il presentatore Luigi Di Dieco ha condotto la MPWFC nella quale il polacco Marek Posluszny ha primeggiato sull'argentino Roman Zapata, nuovamente secondo, e il rumeno Luca Valentin con ancora Giorgio Chiarello a tenere alta la bandiera italiana al 4° posto.

Almeno in 5 casi le ricette erano ben presentate, bilanciate, e in entrambi gli eventi i partecipanti hanno dimostrato di avere capito l'importanza del drink finale. Barspoon, strainer, jigger e altri classici bartools sono i nuovi oggetti che arricchiscono i moves dei flairtender, e se la strada sulla quale si sono avviati è quella della costruzione del gusto in ricette strutturate e ben presentate la prossima evoluzione del flair sarà proprio quella della costruzione del gusto.

**Fabio Bacchi**



## Classifica finale Meeting Place World Flair Competition 2016 Roma

- 1) Marek Posluszny** (Polonia)
- 2) Roman Zapata** (Argentina)
- 3) Luca Valentin** (Romania)
- 4) Giorgio Chiarello** (Italia)
- 5) Deniis Trifanovs** (Lettonia)
- 6) Alexander Shtifanov** (Russia)
- 7) Dario Di Carlantonio** (Italia)
- 8) Sergey Balakhtin** (Russia)
- 9) Cristian Balta** (Spagna)
- 10) Ionut Ivanov** (Romania)

**Best Female:**

**Daniela Silvia Istrate** (Romania)

# ROSSE FRAGOLE

## Sabrina, Candonga, Eva e Garda: il meglio della produzione nostrana

DI GIOVANNI CECCARELLI

**C**on il termine fragola ci si riferisce ad una *rosacea* appartenente al genere *fragaria*. Ne esistono diverse specie tuttavia, la *Fragaria x ananassa*, è quella che riveste più importanza dal punto di vista commerciale. Questa pianta viene *coltivata* per il suo frutto, anch'esso chiamato fragola.

Le specie autoctone europee sono la *Fragaria vesca* (fragola di bosco), *Fragaria viridis* e *Fragaria moscata*. Queste erano le uniche coltivate in Europa, insieme alla *Fragaria virginiana* (nord-americana), fino al XVII secolo. Nel 1714, un ufficiale francese, importò piante di *Fragaria chiloensis* in Bretagna (Francia), dove vennero impollinate con la *Fragaria virginiana*. Da questo incrocio nacque la *Fragaria x ananassa*, molto apprezzata per le maggiori dimensioni del suo frutto e per le sue caratteristiche organolettiche. L'Italia è un importante player nel mercato europeo della produzione di fragole; la Campania è la regione più produttiva con la cultivar *Sabrina*. Altre importanti varietà coltivate sono: *Candonga* in Basilicata, *Eva* e *Garda* in Veneto. Inoltre, la nostra nazione ha un importante ruolo dal punto di vista vivaistico per il miglioramento genetico.



La fragola è una pianta perenne, costituita da un breve fusto chiamato corona. Nel fusto sono presenti dei germogli che sviluppano dei piccioli, ciascuno dei quali porta tre foglie dentate. I grappoli fiorali si trovano anch'essi nel fusto. Quello che riconosciamo come frutto, in botanica viene definito falso-frutto perché non deriva dall'ingrossamento dell'ovario del fiore, ma dal ricettacolo florale. I veri frutti sono i piccoli puntini sulla superficie che prendono il nome di acheni.

La fragola è un frutto non-climaterico ovvero, dopo la raccolta, la maturazione



non finirà di completarsi e non ci sarà miglioramento delle proprietà organolettiche: per questo motivo è importante acquistarle al giusto punto di maturazione. Dal punto di vista organolettico è un frutto veramente complesso. Alcune ricerche hanno identificato oltre 360 componenti volatili anche se non tutte concorrono in maniera *significativa* e *positiva* alla nostra percezione dell'aroma. I principali zuccheri presenti sono saccarosio, fruttosio e glucosio. Svariate pubblicazioni hanno inoltre cercato di definire quale fosse il miglior metodo e temperatura di conservazione nel range 0°C/10°C. Dai risultati ottenuti, un buon compromesso tra tempo di conservazione e mantenimento delle proprietà organolettiche, per



l'ambito della ristorazione, sono i 4-5°C.

Nel mondo della miscelazione questo frutto è ampiamente utilizzato. Molti bar preparano una purea, frullando fragole fresche o surgelate con l'aggiunta di zucchero liquido o sciroppo industriale, che



viene poi utilizzato in drink analcolici, nella Caipiroska o nel Rossini. Oggigiorno, questa preparazione, è superata. Infatti, da ormai qualche anno, è possibile trovare in commercio un elettrodomestico che permette di ottenere il massimo da questo frutto: l'estrattore. A differenza della centrifuga, che produce un eccessivo scarto ed una spremitura parziale, l'estrattore ha la capacità di separare, quasi perfettamente, la parte liquida dalle fibre. Per questo motivo, il gusto ed il sapore del succo sono *molto più intensi* della purea, del succo centrifugato e del succo ottenuto da una spremitura manuale. Il consiglio è quello di estrarre il succo, conservarlo in frigo in una bottiglia o in uno squeezer, ed utilizzarlo direttamente nei drink. La differenza di

gusto e aroma si nota immediatamente nel Rossini. Dopo aver lavato le fragole, asportare le foglioline, procedere all'estrazione del succo. In un mixin' glass, precedentemente raffreddato, versare 3cl di succo di fragola fresco e 9cl di prosecco (in questo ordine). Miscelare delicatamente e versare in una flute. La schiuma che si forma è importante e dona al drink una texture più delicata.

Nella preparazione di questo drink è assolutamente da evitare la purea perché, con la sua presenza di fibre, rende il drink meno uniforme e favorisce la gasificazione dell'anidride carbonica, con conseguente perdita di perlage. Anche gli sciroppi di fragola, sia home-made che industriali, sono da evitare.

**Giovanni Ceccarelli**



LONDON-DISTILLED GILPIN'S GIN OFFERS  
SMOOTH AND DELICATE FLAVOURS  
FROM JUST EIGHT FINE BOTANICALS CREATING  
THE PERFECT TASTE BALANCE.

---

**THE SPIRIT OF ENGLAND®**

GILPINSGIN.COM

---

VOTED ONE OF THE "COOLBRANDSUK" 2015/2016  
GOLD MEDAL, CONCOURS MONDIAL DE BRUXELLES SPIRITS SELECTION 2015  
GOLD MEDAL, SPIRITS BUSINESS "GIN MASTERS" 2015  
WORLD'S BEST GIN, WORLD DRINKS AWARDS 2014



PELEGRINI S.p.A.  
VINI E DISTILLATI DE QUALITÀ

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

DISTRIBUTED BY PELLEGRINI S.P.A. DRINK RESPONSIBLY.



# LO SLANCIO PORTOGHESE

Giunta alla terza edizione, la kermesse intercetta un mercato giovane, vivace e in crescita

DI MATTEO REBUFFO

**D**opo il grande successo dell'edizione 2015 che aveva portato questo evento alla ribalta internazionale, il Lisbon Bar Show e il suo organizzatore Alberto Pires erano

chiamati a un difficile bis. Dalla loro una location pressoché unica come il Palazzo delle Esposizioni, monumentale edificio del 1800, di acciaio e vetro, ispirato al Trocadero e una città affascinante,



intricata ed intrigante come Lisbona.

L'obiettivo è stato centrato considerando l'incremento dei partecipanti e l'innalzamento della qualità della giovane industria portoghese. Che continua a essere legata a doppio filo a quella spagnola ma è molto orientata verso il cliente e con un atteggiamento opportunamente critico verso i prodotti scelti. Anche grazie all'aiuto di alcuni rappresentanti della comunità portoghese presenti nel gotha della industry europea (tra gli altri citiamo Thiago Mira, da poco allo storico Rivoli Bar al Ritz di Londra, Andre Cavalheiro al Berkeley Hotel e Pedro Paulo del One Aldwych), il Lisbon Bar Show e la comunità che rappresenta è ormai prossimo ad allinearsi alla sua controparte ateniense, anche se di un passo indietro ai più celebrati e avviati Bar Show di Berlino, Londra, Parigi.

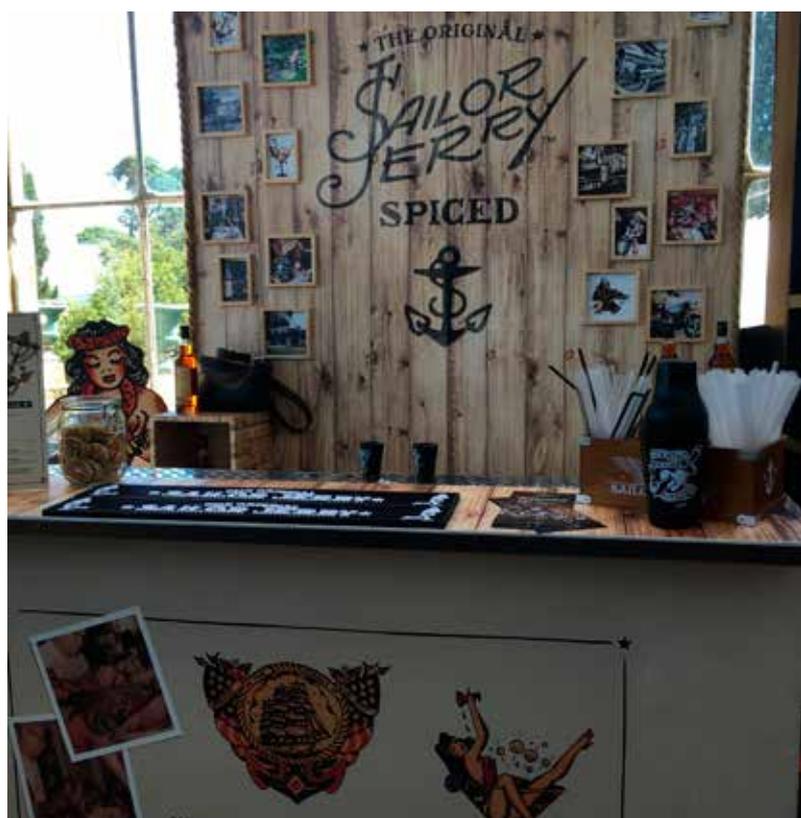
Anche quest'anno Alberto Pires è riuscito nell'impresa di conciliare armoniosamente multinazionali dai grossi budget e piccoli(ssimi) produttori limando attriti storici per un evento che rappresenta una vetrina imperdibile per chiunque ritenga di contare in Portogallo. Ampio spazio, dunque, a piccoli produttori



come La Escondida o Ferdinand's.

Non molte le novità presentate sul mercato ma la direzione è chiara: sta terminando il tempo degli estremismi e si ricerca finalmente la piacevolezza, la bevibilità, l'approccio del consumatore seguendo una tendenza già propria del bartending: la centralità del cliente. Come confermato anche da Tim Stones di Beefeater: «L'influenza del ginebra y tonica è evidente ma il Portogallo è rimasto immune alla degenerazione. Quello che mi piace del Portogallo è l'essere un mercato giovane, vivace ed aperto, che avrà molto da dire nell'immediato futuro».

Ecco quindi apparire sul mercato Gin



affilati e puliti anche nelle loro declinazioni meno classicheggianti e Mezcal più floreali e delicati. I distillati di agave, nonostante le ancora poche referenze disponibili sul mercato portoghese, hanno avuto un ruolo da protagonista con la

creazione di un'area dedicata esclusivamente al magico distillato messicano in cui si sono avvicendati, tra gli altri, due totem dell'agave come Julio Bermejo e Tomas Estes mentre Mattia Pastori (Mandarin Oriental Milano) e Luca Angeli (Four Seasons Firenze) miscelevano Patron in drink di assoluta eleganza.

Dennis Zoppi dello Smile Tree di Torino, supportato da Diageo, ha rapito l'attenzione di un'area conferenze straripante con una performance coinvolgente e tecnica. Nicola Olianias di Branca raccontava al pubblico portoghese l'evoluzione del concetto di amaro, da strumento curativo a prodotto di consumo. Proprio Nicola e il collega Marco Fois ci raccontano i loro punti di vista: «La



Spagna e il Portogallo sono mercati in crescita, soprattutto per quanto riguarda i prodotti esteri; tuttavia quello che per noi conta è essere presenti in una maniera sana, con un corretto posizionamento che rispetti un marchio con più di un secolo di storia. Il mercato ha sempre dimostrato come il processo sia sempre lo stesso: allo scoppio del trend di turno segue una saturazione del mercato con una miriade di nuovi prodotti, i bartender incuriositi si lanciano nella loro scoperta ma il classico è destinato a restare nel tempo e sopravvivere ai trend».

Nicola sottolinea un aspetto fondamentale dello stile italiano, l'accessibilità: «Creare prodotti eccellenti e riuscire a venderli ad un prezzo accessibile a tutti è una delle prerogative più importanti dello stile italiano, ci teniamo ad

avere i nostri prodotti sia nello scaffale dei supermercati che nei migliori bar di albergo».

Il Red Frog, bar in stile anni '30, si conferma ancora naturale prolungamento del Bar Show e bar al momento più rappresentativo di Lisbona. Quest'anno il Lisbon Bar Show ha compiuto il suo terzo compleanno e la parola "confermarsi" inizia a farsi strada tra i partecipanti. Questo potrà accadere solo se accompagnato da una crescita dell'intero movimento ed una sempre maggior consapevolezza eleggendo a proprio modello quello greco. Senza dimenticare l'apporto dei bartender con esperienza internazionale che, una volta tornati in patria, possano accrescere il livello dei propri colleghi. Boa Sorte Lisboa Bar Show.

**Matteo Rebuffo**

# UNO STILE DI VITA

## SPRITZ

Talia Baiocchi e Leslie Pariseau – 2016 – Ten Speed Press – Euro 17,00

**O**diato o amato dai bartender lo Spritz può essere considerato il tormentone del bartending mondiale.

Il frizzante aperitivo italiano ha solcato gli oceani imponendosi in tutte le metropoli del mondo e delineando un consumo che è divenuto un vero e proprio rituale, un momento conviviale da alcuni definito l'ora d'oro dell'aperitivo.

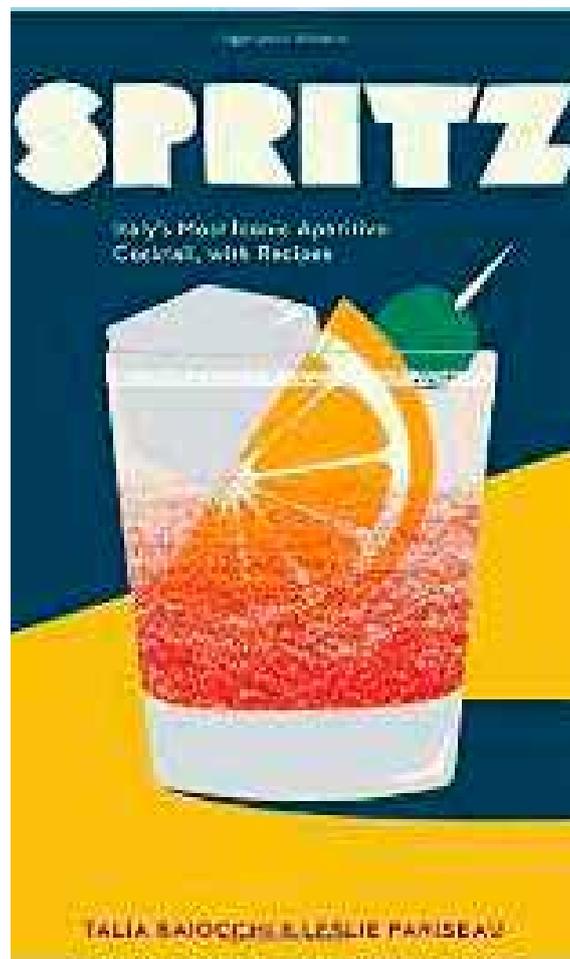
Le due autrici, Talia Baiocchi e Leslie Pariseau, vanno indietro nel tempo e fanno risalire le origini della bevanda all'antica Roma.

In un viaggio alla ricerca della storia e della cultura esplorano il fenomeno e l'evoluzione dell'aperitivo in tutto il Nord Italia.

Viene esaminata la fenomenologia di una bevanda che ha dato origine a moltissime varianti sul tema, cercando connessioni con i grandi classici italiani dell'aperitivo a base di vino e con l'idea di aperitivo in tutto il mondo.

Il libro comprende decine di Spritz e altre ricette aperitivo di noti bartender, una serie di proposte food e snack da abbinare allo Spritz e una guida per la creazione di uno Spritz Bar.

Il volume nasce dalla curiosità delle autrici per i drink light. Leslie Pariseau ha confessato «Ci piace andare lontano quando si tratta di bere!».



Entrambe collaboratrici del magazine online "Punch", Pariseau e Baiocchi hanno intrapreso un viaggio in Italia alla scoperta del drink e, per loro ammissione, si sono rese conto che più che una ricetta lo Spritz è uno stile di vita.

Il libro è corredato di splendide foto e tanti aneddoti.

**Alessandro Palanca**

Loolapaloosa  
Milano-Ibiza



BEVI RESPONSABILMENTE

# LOOLAPALOOSA FLAIR CHAMPIONSHIP 2016

INTERNATIONAL COMPETITION OF  
FLAIR BARTENDING & MIXOLOGY

JUNE 24  
STAGE 2

MISTERY DATE — IBIZA  
STAGE 3

NOVEMBER 25  
STAGE 4

DECEMBER 12  
WORLD FINAL



2016



info mail: 2016@flairchampionship.com | flairchampionship.com



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

