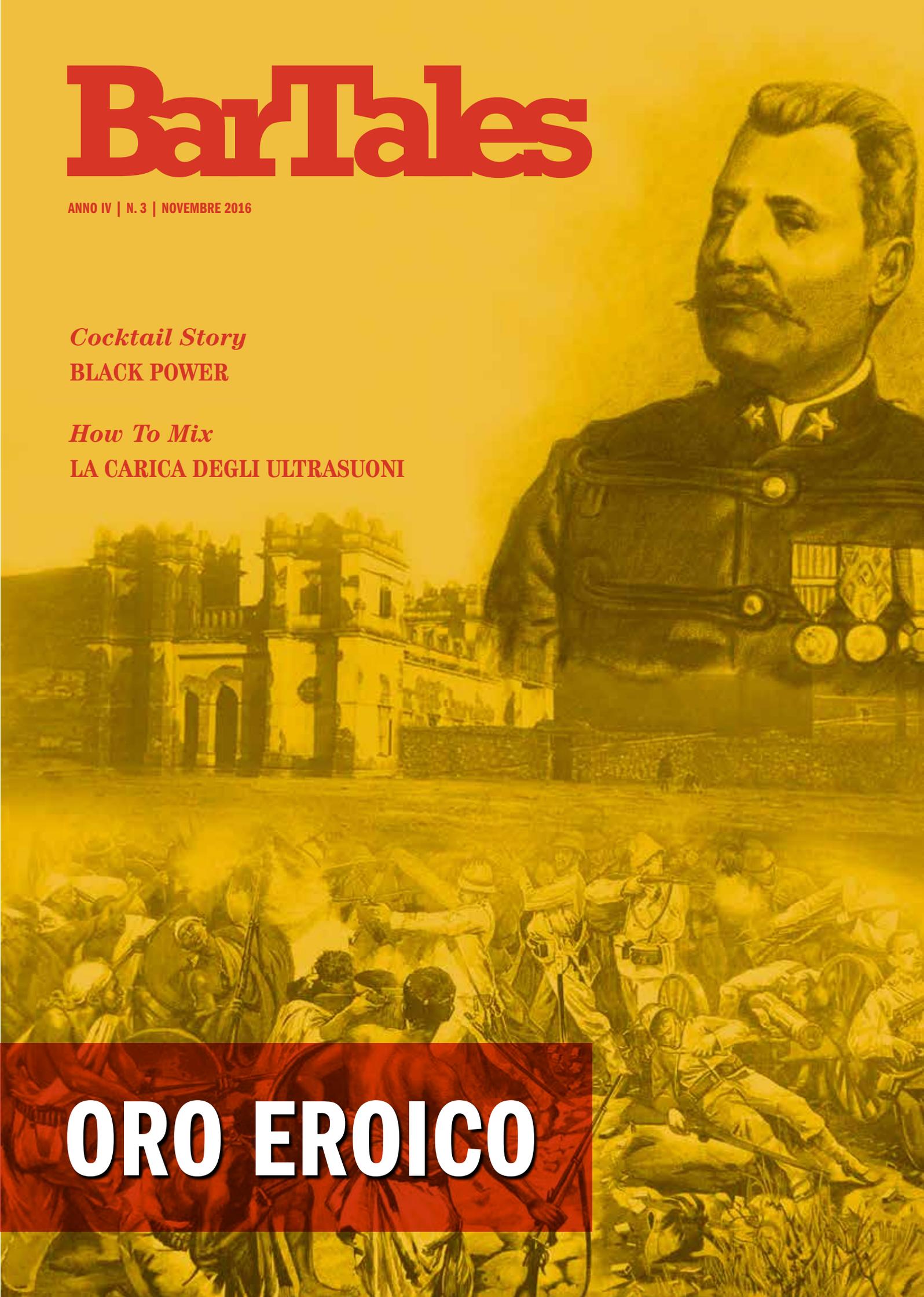


# BarTales

ANNO IV | N. 3 | NOVEMBRE 2016

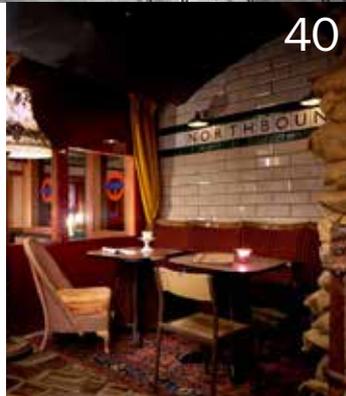
*Cocktail Story*  
**BLACK POWER**

*How To Mix*  
**LA CARICA DEGLI ULTRASUONI**



**ORO EROICO**

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida  
GUARDA CASO
- 8** **News DAL MONDO**
- 12** **Bar Story** di Katerin Alejandra D'Alfonso  
LA RICETTA DI CATERINA
- 22** **Cocktail Story** di Alessandro Palanca  
BLACK POWER
- 30** **Liquid Story** di Fabio Bacchi  
ORO EROICO
- 40** **Focus On** di Giulia Arselli  
BENVENUTI A CAHOOTS
- 48** **Report/1** di Johnatan Ferri Abarbanel  
DIECI ANNI DI SUCCESSI
- 58** **Report/2** di Luca Rapetti  
LONDRA, LE ROTTE DEL BARTENDING
- 64** **Report/3** di Fabio Bacchi  
SHOWROOM
- 72** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli  
LA CARICA DEGLI ULTRASUONI
- 78** **Competition** di Francesco Cione  
L'ALTRA METÀ DEL BAR
- 82** **Book corner** di Alessandro Palanca  
UN MONDO DI GIN



**BarTales** ANNO IV | N. 3 | NOVEMBRE 2016

**DIRETTORE RESPONSABILE**

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

**REDAZIONE**

**Fabio Bacchi**

(fabiobacchi@bartales.it)

**GRAFICA**

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

**HANNO COLLABORATO**

**Giulia Arselli, Giovanni Ceccarelli,  
Francesco Cione, Katerin Alejandra  
D'Alfonso, Johnatan Ferri Abarbanel,**

**Alessandro Palanca, Luca Rapetti**

**EDIZIONE WEB A CURA DI  
Dinamica Digitale srl**

(info@dinamicadigitale.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

© COPYRIGHT

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

**BEVI RESPONSABILMENTE**

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

---

**¡TIERRA! DALLE MIGLIORI  
PIANTE DI CAFFÈ DEL BRASILE,  
SELEZIONATE ALL'ORIGINE.**

---



ARMANDO TESTA

**¡TIERRA! BRASILE** Due nuove miscele certificate Rainforest Alliance, nate dalla selezione Lavazza dei caffè provenienti dai migliori territori d'origine. Dal cuore del Brasile, due modi diversi per offrire l'autentico espresso italiano: il gusto dolce ed equilibrato della miscela 100% Arabica, nata da pregiate origini come Lambari e Cereja Apasita, ed il sapore più intenso dell'incontro tra i migliori arabica e il Robusta "Washed Conillon".



**LAVAZZA**

TORINO, ITALIA, 1895

# PPS

PELLEGRINI PRIVATE STOCK

Top Quality Spirits



# HIJA ILEGÍTIMA

PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DE QUALITÀ

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

 Pellegrini Spa

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

# GUARDA CASO

**C**i sono eventi paralleli che accadono quasi in simultanea. Li chiamiamo in maniera sbrigativa coincidenze, attribuendo la simultaneità al caso. Ma definirli un caso non giova a spiegarli. Sono piuttosto fenomeni sincronici, coincidenze significative, nell'accezione della più moderna ricerca psicologica, che ognuno di noi finisce per sperimentare più volte.

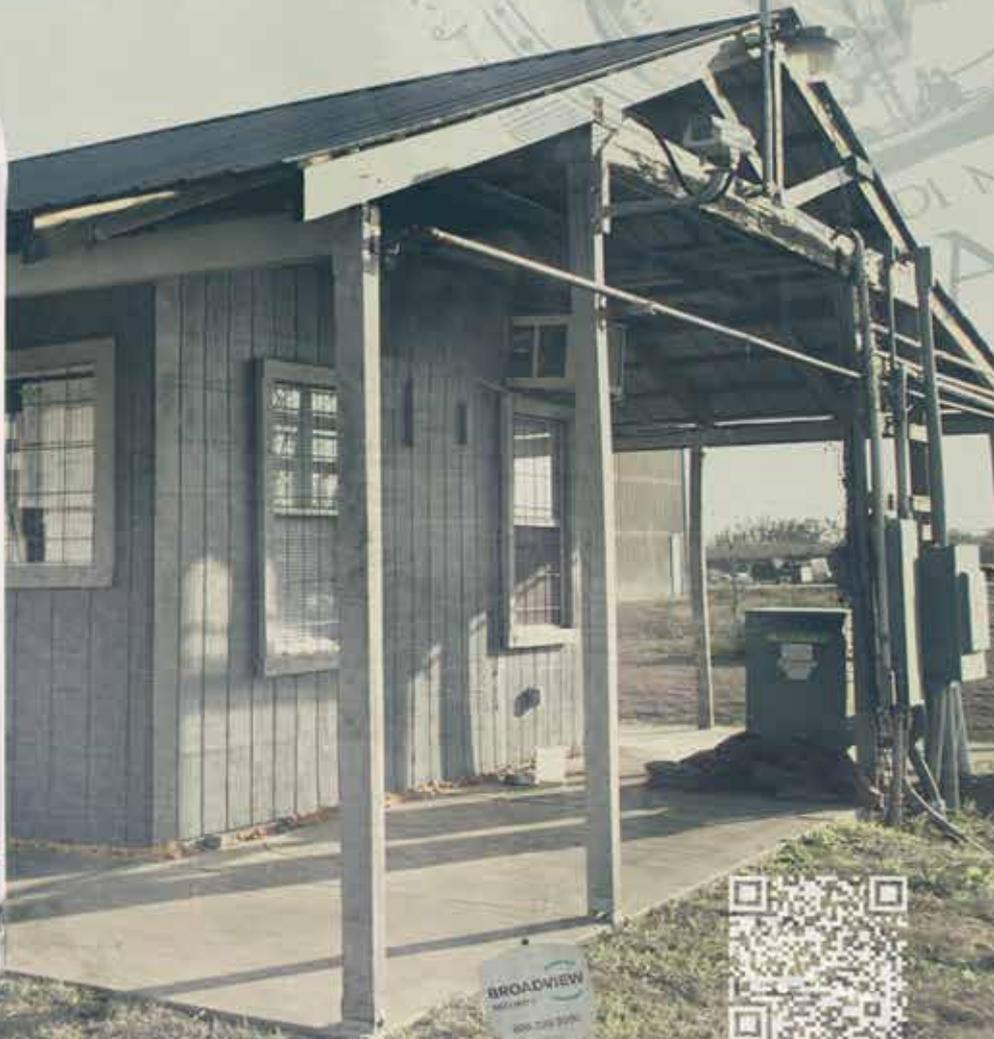
Qualche giorno fa, io che amo il design, mi imbatto nella tendenza del momento: la riscoperta dei mobili bar. Sì, proprio quelli degli anni Sessanta: con le ante laccate e gli interni a specchio, magari ricavati da vecchie cassettiere. Vi ricordate *Mad Men*, i pubblicitari di Madison Avenue? Ecco, il *mood* è proprio quello. Riflettevo sullo stare in casa che è diventato il "nuovo uscire" (c'è perfino una pagina facebook, frequentatissima, praticamente l'elogio dei piaceri che solo chi ama stare a casa da solo può capire...) che mi arriva una mail. L'ha scritta Alessandro che da qualche anno, insieme con gli amici, produce una ricetta di Ginger che hanno appena messo in produzione. Ale & C. sono fan di Bartales e di Ueno San, in particolare (dopo la lettura dell'intervista sono andati a trovarlo già tre volte), ma la singolarità, anzi la simultaneità è che il gruppo, oltre al Ginger, si dà da fare con vecchi mobili. Riadattandoli in mobili bar. Con tanto di impianto idraulico indipendente ben sistemato in scrittoi o credenze del Novecento piuttosto che retro bar ricavati da librerie degli anni Venti. C'è perfino il carrello aereo della Pan Am, la Pan American World Airways, quello del 1989, comprato a un'asta e che ha servito le bevande sulle tratte della storica compagnia. Un'autentica chicca del design. Wow... che coincidenza. Sincronica, non a caso.



BEVI RESPONSABILMENTE

★ AMERICA'S ORIGINAL ★

# CRAFT VODKA



IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI - COMPAGNIADEICARAIBI.COM



# CAORUNN

{ka-roon}



## WHAT MAKES CAORUNN DIFFERENT?



\*An Aromatic Adventure



IMPORTATO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI

COMPAGNIADEICARAIBI.COM | INFO@COMPAGNIADEICARAIBI.COM

FACEBOOK /COMPAGNIADEICARAIBISRLU | INSTAGRAM /COMPDEICARAIBI | TWITTER /COMPDEICARAIBI

## 80 COCKTAIL PER GIRARE IL MONDO

Autori di libri, giovani talenti musicali, cocktail che fanno fare il giro del mondo: così il *Morgante Cocktail & Soul* fa rivivere il fervore culturale di quella che un tempo era una galleria d'arte. Il cocktail bar milanese con cucina di Vicolo dei Lavandai presenterà un fitto calendario di eventi che si susseguiranno a partire da fine ottobre fino alla vigilia di Natale. *Il giro del mondo in 80 cocktail*: una serie di appuntamenti che ogni settimana vedranno protagonisti diversi Paesi del mondo, ciascuno con il proprio "spirito" più rappresentativo, declinato in una moltitudine di cocktail creati dai talentuosi resident bartender Carletto Simbula e Danilo Pentivolpe.



## NOCINO SUPERSTAR

Riconoscimenti di grande prestigio quelli ricevuti da Il Mallo, azienda liquoristica artigianale di Modena, al Superior

Taste Award di Bruxelles. Il concorso internazionale assegna ogni anno dei riconoscimenti speciali ai liquori della tradizione perseguendone la valorizzazione e la promozione a livello internazionale. La giuria composta da un pool di chef stellati e di sommelier internazionali ha conferito due medaglie d'oro al Sassolino e confermato al Nocino la medaglia d'oro conquistata nel 2015.



## ATHENS BAR SHOW

Il più importante BarShow del bacino mediterraneo si svolgerà nelle giornate dell' 8 e 9 novembre ad Atene nel comprensorio storico di Technopolis City, uno dei posti più iconici della capitale greca, centrale e ben collegato, che verrà trasformato per l'occasione. Saranno presenti più di 300 brand e il focus sarà puntato sulla scena del bartending greco che è una delle rivelazioni degli ultimi anni. Il parterre dei relatori illustrerà le novità più importanti a livello mondiale. E' previsto un incremento dei visitatori che l'anno scorso ha superato le 7000 presenze.

## WORLD CLASS ITALIA

Il concorso World Class si evolve e cambia ogni anno. Dal 4 novembre al 20 febbraio 2017 saranno aperte le iscrizioni su [www.theworldclass.com](http://www.theworldclass.com). Nel 2017 i paesi coinvolti saranno 60 e la partecipazione globale prevede 19.000 aderenti. Per partecipare alle selezioni bisognerà inviare il form compilato a [info@worldclassitalia.com](mailto:info@worldclassitalia.com) e inserire la propria ricetta su [www.theworldclassclub.com](http://www.theworldclassclub.com). In Italia verranno selezionati 30 bartender che si disputeranno un round di semifinale itinerante, "In the bar judging", attraverso il quale una giuria selezionata da Diageo Italia ne valuterà la professionalità e competenza all'interno del proprio bar. I migliori otto parteciperanno alla finale dalla quale emergerà il rappresentante italiano.



## JATTURA, BIRRA SCARAMANTICA

Napoletana e realizzata con metodo artigianale. Non filtrata e non pastorizzata, ha sull'etichetta un corno stilizzato. È Jattura la nuova scotch ale *napoletan style*. Dopo *Natavot*, la lager con l'effigie di San Gennaro, Kbirr, il progetto partenopeo nato da un'idea di Fabio Ditto, porta in etichetta un'altra icona cult della città: il corno portafortuna, archetipo della scaramanzia, simbolo apotropaico per eccellenza. Con la collaborazione di Roxy in the box, una delle artiste più interessanti della scena artistica napoletana e italiana che firma il progetto artistico e in attesa dell'Imperial Stout Paliat, la terza tipologia in arrivo a fine anno.



## FRESH, MIGLIOR DESIGN

"Fresh" il rivoluzionario *seau à glace*, rinfrescatore e stabilizzatore termico per vini nato dalla passione di Nando Salemme, sommelier e patron dell'osteria Abraxas di Pozzuoli e disegnato da Salvatore Cozzolino con il supporto di Michele Perchiazzi per le tecnologie è stato selezionato per la categoria "food design" da una commissione di oltre 100 esperti di settore per il Premio Compasso d'Oro ADI che sarà conferito nel 2018. Design essenziale, tecnologia e innovazione fanno di FRESH un prodotto unico, destinato a rivoluzionare il servizio e la degustazione del vino. Un traguardo importante per il design campano che ha l'opportunità di affermare il suo valore a livello nazionale e internazionale.



# 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

# LA RICETTA DI CATERINA

## Stile italiano alla corte francese che rese celebri i limonadier

DI KATERIN ALEJANDRA D'ALFONSO

**A**cqua gasata, zucchero e succo fresco di limone, qualche cubetto di ghiaccio. La limonata è indubbiamente la più semplice e rinfrescante bibita conosciuta, servita in ogni bar, ristorante e preparata a casa, specialmente come ottimo rimedio contro le calde giornate estive. Ormai largamente prodotta e distribuita da brand internazionali, la storia della limonata ha origini molto lontane, che attraversano ben quattro secoli hanno contribuito sensibilmente a delineare la figura del bartender moderno.

“Limonadier” è un termine francese che, a una prima analisi, identifica colui che si occupa della vendita e produzione di limonate e bevande simili. In realtà la figura di questo venditore è strettamente legata alla tradizione italiana del 1500. Aniciati, rosoli, alchermes, amari, sono alcune tra le bevande e preparati diffusi in Italia durante il XV secolo, apprezzati particolarmente presso la corte dei Medici a Firenze. Nel 1533 Caterina de Medici sposò Enrico d'Orleans, il quale fu incoronato Re di Francia con il titolo di Enrico II nel 1547, alla morte del padre Re Francesco I. Il trasferimento di Caterina de Medici presso la corte francese le permise di portar al suo seguito questo bagaglio di



ricette, in modo da poterle produrre anche Oltralpe.

In base alla testimonianza presente in *Origine et Histoire de la Corporation des Restaurateurs et Limonadiers de Paris* compilata da Jules Forni nel 1886, nel periodo precedente le nozze tra Enrico II e Caterina de Medici, la vendita e produzione di liquori nella Parigi del tempo era legata ai “Vinaigriers”, ovvero coloro che si occupavano di aceti ed altre simili pro-



dotti. Successivamente si adoperarono anche per la vendita di Eau de Vie, già in fase di diffusione, identificandoli così come “Maitres Vinaigriers-Distillateurs”. Nonostante la loro attività li avesse resi celebri “soprattutto per la vendita di ciliegie sotto spirito che vendevano in piccoli vasetti di vetro”, tuttavia la selezione di prodotti da loro commerciati era molto limitata.

Il “Rinascimento Gastronomico” di stampo italiano giunto alla corte francese vide la comparsa di preparazioni sino ad allora sconosciute, quali sorbetti, granite, aranciate rosoli, sciroppi. La limonata fu quella più apprezzata e divenne ben presto bevanda di uso comune. Coloro che si occupavano della preparazione e vendita della limonata vennero così identificati come limonadier.

Nel 1673 il Re Luigi XIV, con il fine di ottenere maggiori introiti attraverso le tasse, ordinò che tutti coloro che si occupavano della vendita di bevande “in stile italiano” fossero raggruppati e organizza-



ti in un'unica corporazione, entro 3 anni dall'emissione di questo editto. Fu così che nel 1676 fu ufficialmente fondata la *Compagnie de Limonadiers*, che comprendeva anche i mercanti di Eau de Vie.

Altra testimonianza fondamentale e dettagliata sul ruolo del Limonadier giunge dal resoconto *Mémoires d'Audiger, limonadier à Paris, XVIIe siècle* nel quale Audiger racconta come abbia appreso l'arte di preparare «tutte le tipologie di Acque, sia di fiori che di frutti, Sorbetti (che lui chiama Sorbec), Creme, Orzata...» grazie a una esperienza che fece in Italia, in particolare a Roma e Firenze, che durò circa 14 mesi per poi rientrare in Francia nel 1660. Secondo quanto descritto, Audiger fu uno dei tre artefici dello sviluppo e della diffusione di “Essences, d'Eaux et de Liqueurs, fortes et rafraichissantes, a la

**PERSONAGGI**  
SOPRA  
L'ACQUAVITARO,  
BOURCARD  
(1853).  
NELLA PAGINA  
ACCANTO UN  
RITRATTO DI  
CATERINA DE  
MEDICI.

# MÉMOIRES D'AUDIGER

*Limonadier à Paris*

XVII<sup>e</sup> SIÈCLE

RECUEILLIS PAR LOUIS LACOUR



PARIS  
ACADÉMIE DES BIBLIOPHILES

JANVIER 1869

mode d'Italie”.

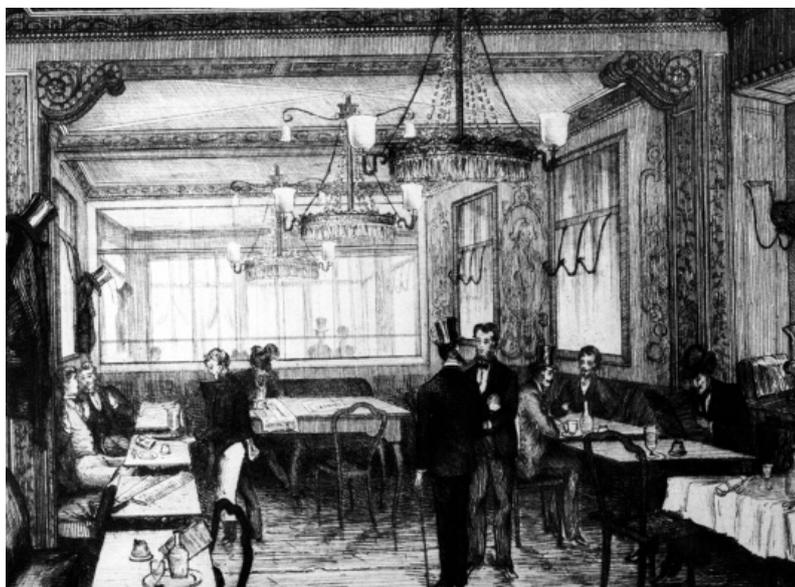
Il primo menzionato è un certo More, messo italiano inviato presso il Cardinale Mazarin durante il regno di Luigi XIV. Giulio Raimondo Mazzarino nacque a Pescina nel 1602, sotto l'allora Regno di Napoli, da padre di origine siciliana e madre di nobile famiglia toscana, e nel 1641 fu nominato Cardinale da Papa Urbano VIII. Successivamente divenne Ministro Capo della Corte Reale francese nel 1642, rimanendo in carica sino al 1661: durante il suo governo, probabilmente per le origini italiane, non mancò di proseguire la tradizione liquoristica importata inizialmente Caterina de Medici.

Il secondo personaggio citato da Audiger è un certo André Salvator, inviato presso il Maresciallo di Francia Antoine III Agénor de Gramont-Toulangeon, il quale aveva espresso particolare interesse per questi nuovi prodotti e desiderava acquistarne in quantità.



Come già menzionato in precedenza, la preparazione di bevande fresche e rinfrescanti come limonate, acque aromatizzate e “sorbecs” fu quella che più di tutte riscosse il consenso dei reali francesi e successivamente del pubblico. Storicamente la loro origine può essere individuata nella parte meridionale della penisola italiana, in particolare in Sicilia ove l'influenza culturale apportata da due secoli di dominazione araba contribuì alla trasmissione di conoscenze in svariati campi d'applicazione, tra cui quello alimentare.

L'utilizzo di sciroppi e altre simili preparazioni, unito all'uso che, sin da epoca romana, si faceva delle nevi presenti sull'Etna, diede vita a sorprendenti ricette, come granite, sorbetti, limonate e aranciate. Proprio dalla Sicilia del XVII secolo partì un giovanissimo pescatore, Francesco Procopio Cutò, nato a Palermo nel 1651. Emigrò nella capitale francese, iniziò a lavorare come cameriere nella prima coffee-house parigina della storia, aperta nel 1672. Questa era gestita da un armeno chiamato Pascal che iniziò a servire al pubblico la bevanda calda introdotta per la prima volta in città circa



20 anni prima da Thevenot, viaggiatore e botanico francese che aveva condotto un viaggio verso Oriente.

Nel 1685 Procopio ottenne la cittadinanza francese e questa fu sicuramente l'occasione in cui venne erroneamente cambiato il suo cognome. Infatti Cutò ricadava "couteau" che in francese significa "coltello", e fu così che il suo nome venne cambiato in "dei Coltelli". Dopo aver appreso l'arte del caffè Francesco Procopio dei Coltelli decise di promuovere le be-

vande che caratterizzavano la sua terra di origine. Colse l'occasione che gli si presentò nel 1686, quando poté prendere in affitto quello che oggi è "Le Procope", storico ristorante ancora in attività, sito al numero 13 di Rue de l'Ancienne Comédie e considerato uno dei più antichi "Café"

**STORIE**  
 IN ALTO  
 FRANCESCO  
 PROCOPIO DEI  
 COLTELLI E IL  
 CAFÉ PROCOPE.  
 QUI SOPRA IL  
 POETA PAUL  
 VERLAINE  
 SEDUTO AL  
 TAVOLO DI  
 VOLTAIRE E, IN  
 BASSO, UN  
 DISEGNO CHE  
 ILLUSTR  
 VOLTAIRE E  
 DIDEROT.  
 A SINISTRA, IL  
 BICORNO DI  
 NAPOLEONE  
 CONSERVATO  
 AL CAFE  
 PROCOPE.  
 NELLA PAGINA  
 ACCANTO IL  
 CARDINALE  
 MAZARINO.



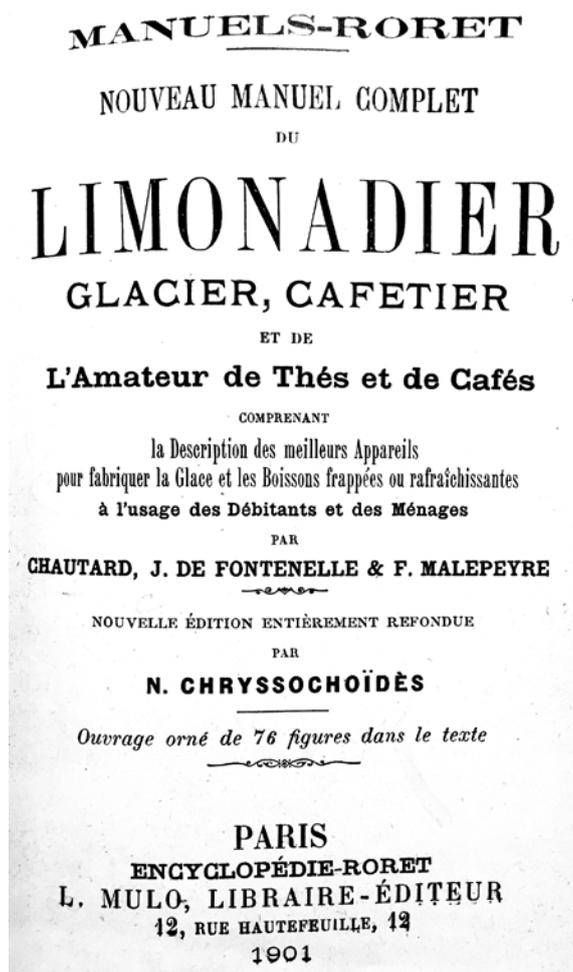
**LIBRI**  
 ALCUNE PAGINE  
 DI  
 PUBBLICAZIONI  
 SULLE  
 BEVANDE IN  
 EUROPA.  
 QUI SOPRA IL  
 CAFÉ PROCOPE  
 OGGI.

36,955 L'E  
**PARFAIT**  
**LIMONADIER,**  
 OU  
 LA MANIERE DE PREPARER  
 le Thé, le Caffé, le Chocolat, &  
 autres Liqueurs chaudes & froides.  
*Par P. MASSON Limonadier.*



A PARIS,  
 Chez CHARLES MOETTE rue de la Bouclerie,  
 entre le Pont S. Michel, & le bas de la  
 rue de la Harpe, à l'Etoile.  
 M. D C C V.  
 AVEC PERMISSION.





d'Europa.

Procopio si indebitò e adornò il suo locale con lampadari, tessuti e mobili di pregio, servendo caffè, tè e deliziando i suoi clienti con preparazioni fredde quali gelati, sorbetti e bevande fresche tipiche dalla sua terra. La popolarità di Procopio crebbe enormemente e presto, grazie anche alla favorevole posizione di cui godeva, le Procopie diventò il simbolo dei Café parigini del XVII secolo, luogo di ritrovo di artisti, musicisti, politici e in generale personaggi influenti della società.

Venne così a delinarsi ulteriormente una più complessa figura di Limonadier: colui che detiene la conoscenza e l'arte di preparare bevande calde quali tè e caffè, bevande fredde, liquori e anche distillati.

Se ne trova conferma in *Le Parfait Li-*

### Maraschino di Zara

Alcool à 85° . . . . .	36 lit.
Sucre . . . . .	56 kil.
Eau . . . . .	30 lit.
Essence de noyau . . . . .	30 gr.
Essence de néroli . . . . .	5 —
Extrait de jasmin . . . . .	15 —
Extrait de vanille. . . . .	15 —

pérer come ci-dessus.

### Rossolio di Torino

Essence de noyau. . . . .	25 gr.
— de roses . . . . .	18 —
— de néroli de Paris. . . . .	5 —
— d'amandes amères. . . . .	10 —

*monadier*, redatto nel 1705 da Pierre Masson, famoso limonadier di Parigi. All'inizio viene accuratamente descritta la procedura di distillazione a bagnomaria per mezzo di un contenitore chiamato "Poire" o altrimenti detto "Matras", che indicava il recipiente sferico ove veniva posta la soluzione da distillare. Seguono poi numerose ricette per svariate preparazioni, quali essenza e liquore di anice, Rosolio (chiamato "Rossoly"), Ratafià, Idromele e altri. Non manca una sezione dedicata alle confetture, ai tè e un'attenta spiegazione sulla preparazione e il servizio del caffè.

Il crescente numero di limonadier, ufficialmente registrati dal governo francese nel 1820 ne contava 200 solo a Parigi. Questa figura professionale stava conquistando molta importanza, sebbene nella prima metà del 1700 i limonadier fossero sottoposti a una cospicua tassazione. Nel corso dei tre secoli che vanno dal 1600 sino ai primi del 1900 la forte connessio-

## VERMOUTH DE TURIN

AU FERNET BRANCA

1 verre à madère de vermouth de Turin.

1 verre à liqueur de Fernet-Branca.

Remplissez le verre avec glace pilée et eau de seltz.

Cette boisson est l'apéritif préféré en Italie.

ne con la tradizione liquoristica italiana non fu dimenticata, come si riscontra in molti ricettari creati appositamente per i limonadier. Uno tra tutti, *Nouveau Manuel Complet du Limonadier*, fu pubblicato in due edizioni, la prima nel 1862, la seconda nel 1901. Entrambe le edizioni possono essere definite dei veri e propri manuali tecnici poiché la precisione e l'accuratezza descrittiva per ogni singolo argomento è veramente notevole, indice della serietà e attenzione nella metodologia di lavoro che contraddistingueva questa professione. La prima sezione era dedicata interamente al mondo del caffè, con cenni sulle origini della bevanda e successiva classificazione delle diverse qualità. La seconda sezione trattava tutto ciò che riguardava le preparazioni alcoliche: tra i vari Ratafià, punch ed altre ricette si nota anche “Rosolio di

*A inizio  
Novecento  
nella cultura  
parigina del bere  
compaiono ricette  
di liquoristica  
italiana*

Torino”, presente nell’edizione del 1862.

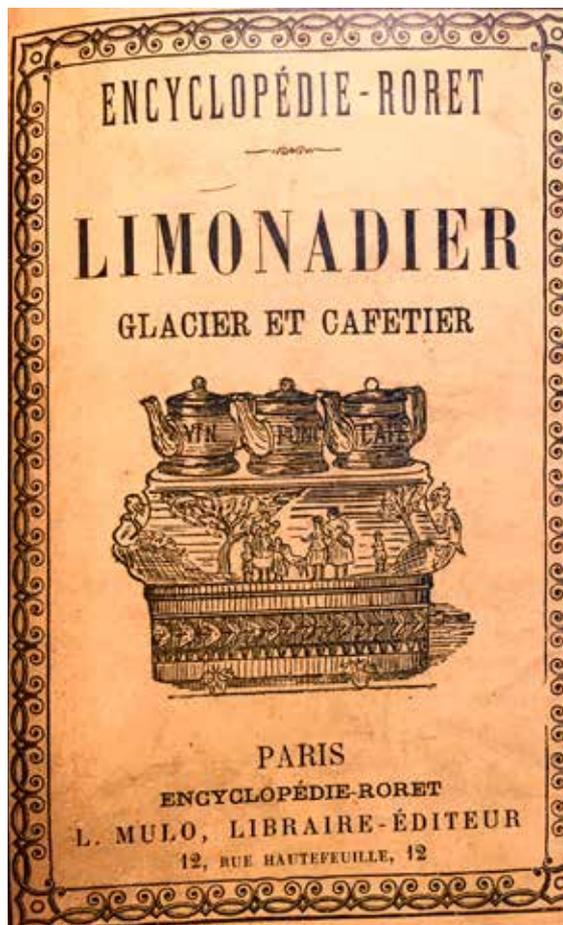


Torino”, presente nell’edizione del 1862.

Molto interessanti inoltre erano i disegni riguardanti utensili quali sifoni da soda, caffettiere ed anche una parte dedicata alle diverse tipologie di acqua, con istruzioni su come costruire vasche di raccolta e filtraggio per l’acqua stessa. Nella ristampa del 1901 ci si accorge del notevole cambiamento avvenuto nella cultura del bere parigino: compaiono molte ricette di liquoristica italiana, come “Maraschino di Zara, Acqua Bianca di Torino, Alkermes de Florence”.

Ancor più significativo fu l’inserimento di una categoria di ricette definite “Bevande Gasate Straniere”, nella quale sono presenti ben 36 ricette di cocktail che erano già molto popolari oltre oceano, come Martinez, Gin Crusta e Brandy Cocktail.

L’introduzione di nuove “bevande americane e inglesi” fu sicuramente un avvenimento fondamentale per l’evoluzione della cultura del bere in Europa, che sino



ad allora si basava principalmente sul consumo di singoli prodotti tradizionali. Il concetto di unire più ingredienti insieme per creare una più complessa e gustosa bevanda rappresentava un nuovo trend che stava sbarcando in Europa, diffondendosi nelle principali capitali.

Parigi accolse questo fenomeno in occasione dell'Esposizione Universale del 1889, avvenimento tanto importante da essere celebrato con l'inaugurazione della Tour Eiffel. Emile Lefeuvre, Chef de Bar del Cosmopolite, in quello stesso anno compilò quello che ad oggi è il primo libro in lingua francese dove sono raccolte ricette americane ed inglesi: il *Methode pour composer soi-meme les boissons Americaines, Anglaises Italiennes etc.* Se il titolo del libro è già indicativo l'introduzione sicuramente merita di essere sottolineata in quanto evidenzia la figura sociale del limonadier: «Lungi da me dubitare dello spirito d'iniziativa che animala maggioran-

za dei Limonadiers. Pur riconoscendo la cura e la competenza con cui gestiscono le loro attività, il mio desiderio è di venir loro in aiuto, di permettergli di mantenere il loro prestigio e dare prova agli Stranieri che sono comunque pronti a soddisfare i loro gusti, senza abbandonarsi alla routine quotidiana».

Un messaggio che sicuramente colpisce per il senso di collaborazione e fratellanza tra professionisti, con l'intento di accrescere la comune conoscenza offrendo un servizio di livello alla nuova clientela. Alcune note importanti da sottolineare sono la menzione di "Alkermes, Santa Maria Novella – fine liquore italiano molto apprezzato tra le donne" (usanza probabilmente ereditata da Caterina de Medici del cui liquore era estimatrice durante i suoi anni a Firenze) e "Vermouth de Turin au Fernet Branca" descritto come l'aperitivo preferito in Italia, una possibile variante del Milano-Torino, con dosi più bi-



**PARIGI**  
IL CAFFÈ  
FOUQUET'S  
OGGI.

lanciate a favore del Vermouth. Per offrire un aiuto su come approcciarsi e gestire il cliente di lingua inglese, la parte finale del libro contiene 250 tra le più comuni ed utilizzate domande e relative risposte che un limonadier, maître d'hotel o ristoratore può trovarsi ad affrontare.

Altrettanto completo e ricco di illustrazioni, quindi in linea con i manuali per limonadier sino ad ora elencati le cui precise illustrazioni e disegni dovevano fornire le informazioni necessarie per ogni genere di preparazione, è il secondo libro di cocktail mai pubblicato in Francia. L'anno era il 1896, esattamente 220 anni dopo la creazione della Compagnie de Limonadiers. L'autore è Louis Fouquet, descritto come Barman e Limonadier del The Criterion, celebre ristorante situato in Rue St. Lazare ove spesso si recavano attori, pittori ed in generale artisti che vivevano nel distretto di Montmartre. Il libro è *Bariana: recueil pratique de toutes boissons Americaines et Anglaises* pubblicato solo pochi anni dopo quello di Lefevre, primo libro di questo genere a essere ampiamente pubblicizzato su Almanach Hachette, enciclopedia molto famosa in tutta la Francia e che venne pubblicata annualmente dal 1894 al 1992.

Nel 1899 Fouquet aprì il suo The Criterion-Fouquet's Bar in un angolo della

zona residenziale compresa tra Champs Elysees e Avenue George V, al numero 99. Con l'inizio del nuovo secolo tutto ciò che era celebre a Londra lo diventava anche a Parigi. Consapevole del cambiamento che si stava verificando, Fouquet astutamente decise di accorciare il nome del locale semplicemente in "Fouquet's", mantenendo la 's del genitivo sassone inglese, facendogli così guadagnare popolarità. Come si evince da uno dei suoi menu, una pagina riportava solo quelle bevande di comune consumo in America e Inghilterra.

Nell'introduzione di Bariana, Fouquet suddivide la raccolta di ricette in 6 categorie: Cocktails, Short Drinks, Cobblers,- Summer Drinks, Winter Drinks e Punch. Fouquet spiega brevemente lo scopo della raccolta che ha creato: dare tutte le informazioni utili a limonadier, maitre d'hotel e persino casalinghe per poter soddisfare le richieste dei loro clienti e ospiti, preparando bevande alla maniera dei barman americani. Consigliando il suo libro anche per uso domestico, Fouquet volle tramandare lo stile e la cultura di una figura professionale tanto importante come quella del limonadier francese.

Attraverso la conoscenza dell'arte della distillazione, la figura del limonadier si è evoluta, da semplice venditore di bevande rinfrescanti e poche tipologie di liquore, sino ad arrivare a avere una completa padronanza di tutto ciò che la clientela poteva richiedere. Si può affermare che questa immagine finale del limonadier abbia dato poi vita a quella che nel corso del XX secolo, si sarebbe affermato con il termine bartender e che, secondo quanto analizzato, ha avuto parte delle sue origini proprio in Italia.

**Katerin Alejandra D'Alfonso**

# Paolino Génépi Bio. Eccellenza Naturale.



PAOLINO GÉNÉPI BIO

*S* SAVIO

Medaglia d'Oro  
al CWSA di  
Hong Kong 2016

Piantagione su terreno  
biologico certificato

Alcool biologico certificato

Zucchero biologico certificato

Acqua della sorgente del  
Monte Bianco di Courmayeur



Agricoltura UE/Non UE  
Organismo di controllo  
autorizzato dal  
M.P.A.A.F. IT BIO 008



BEVI RESPONSABILMENTE



70 cl e 42% Vol.



# BLACK POWER

## Neri e specialisti del Mint Julep

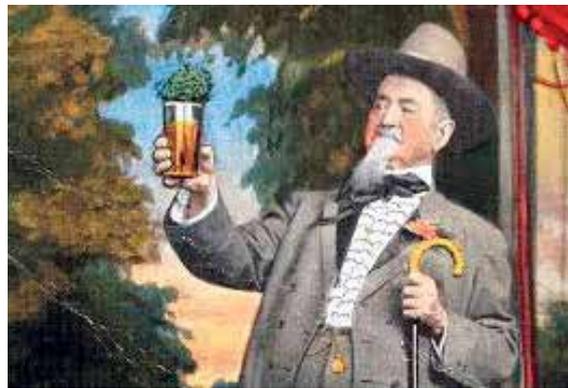
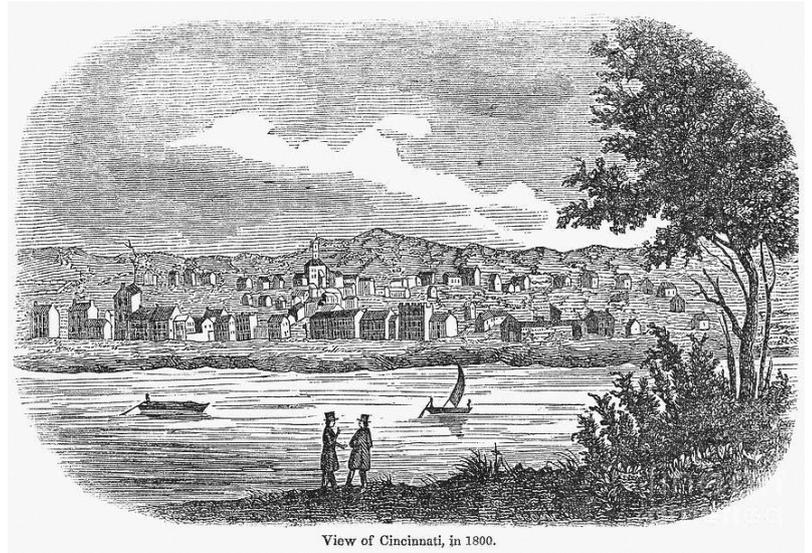
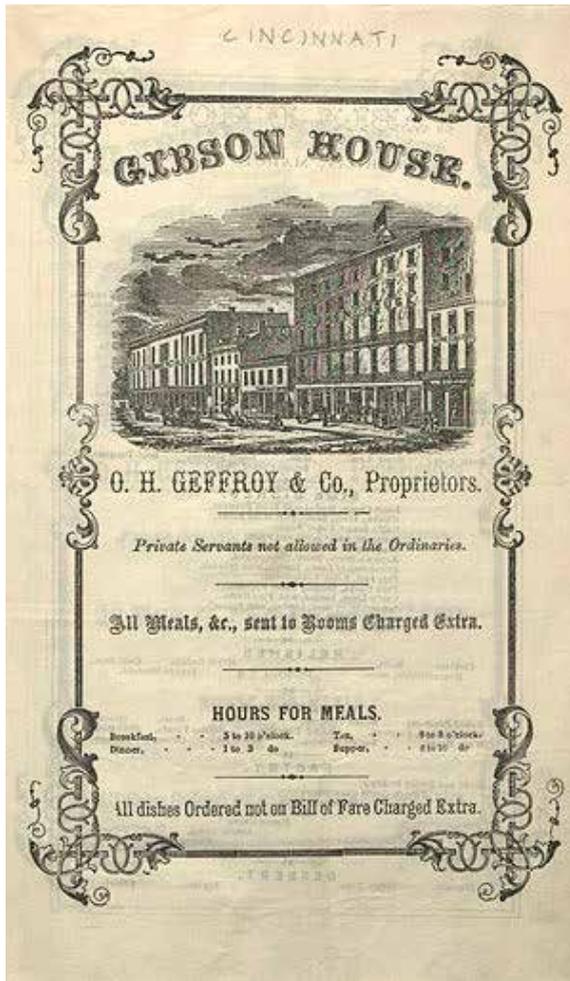
DI **ALESSANDRO PALANCA** - Thanks *David Wondrich* source

I Julep è tipicamente un drink degli Stati Uniti del sud. Jerry Thomas non mancò di scrivere che negli Stati del Sud era il drink più popolare. Tra i bartender del sud ve n'erano molti di colore, già schiavi afroamericani.

Il Julep non era ancora un drink solitamente consumato sulle verande delle case coloniche nelle piantagioni dei cotone, inizialmente era piuttosto un drink da grande albergo di città, costiero e diffuso nei resort estivi. Questo perché erano posti dove si poteva trovare facilmente del ghiaccio. Tutto ciò prima che il Julep fosse associato al Kentucky Derby. Cincinnati,

Ohio, 1892: L'Atlas Hotel aveva solo 18 camere da letto e un bar magnificamente ornato che nel giorno della sua apertura accolse ben 3.000 persone. Pochi mesi dopo, a inizio 1893, il proprietario, Frank Beck, decise di licenziare il suo bartender per scarso rendimento e trascuratezza sul lavoro.

I saloon del tempo impiegavano molto personale di colore, la maggior parte di essi non accettava clienti di colore, il servizio era loro rifiutato. Anche dopo la fine della schiavitù le cose non cambiarono in fretta. Vi erano i cosiddetti "Black and Tans" saloon dove si poteva trovare

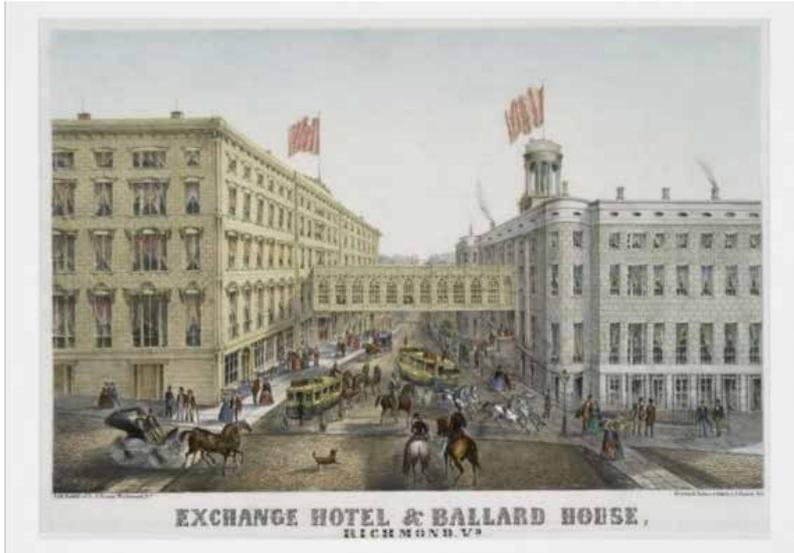


clientela mista, di proprietà nera o bianca, poco sicuri e malfamati, quasi sempre posizionati nei quartieri urbani più difficili o nelle zone di frontiera; oppure i battelli fluviali del Mississippi sui quali i neri erano impegnati al bar.

La scelta del sostituto fatta da Beck ricadde su Louis Deal, un cameriere giovane, elegante, e con una esperienza da bartender. In una intervista a un giornalista del Cincinnati Enquirer Franck Beck confessò «Louis mi dà soddisfazioni come nessun'altro nel suo posto. Ci sono bartender di colore anche in città come Chicago, Cleveland e Boston. Rimarrà con me sino a quando vorrà». La notizia era che Deal era un ragazzo di colore. La notizia di questa "anomala" assunzione era stata riportata dal giornale con un certo

sensazionalismo pur definendo il giovane Deal "a fine looking coloured man".

A Cincinnati si diffuse risentimento nella comunità dei bartender, bianca, verso la scelta di Franck Beck di assumere una persona di colore come bartender. Lui era bianco, il suo bar frequentato da una clientela bianca. I bartender bianchi iniziarono una campagna di bicottaggio contro Beck invitando i clienti a non frequentare il bar dell'Atlas House Hotel. Per Beck questo fu un problema sin da subito con conseguenze sociali ed economiche. Uno dei bartender più conosciuti della città, George Bear della Gibson House, diede un minaccioso ultimatum a Beck. Doveva sostituire il bartender o in città sarebbero stati affissi 100.000 volantini che avrebbero suscitato clamore sul fatto



**RICHMOND**  
 SOPRA,  
 L'EXCHANGE  
 HOTEL &  
 BALLARD  
 HOUSE E  
 UN'IMMAGINE  
 D'EPOCA DELLA  
 CITTADINA  
 AMERICANA.

che l'Atlas Hotel fosse l'unica struttura di lusso della città che impiegava un uomo di colore come bartender. Qualche tempo dopo Beck fu costretto dalle circostanze a licenziare Deal. Tuttavia questo non bastò a salvare il suo bar dal fallimento e dalla vendita all'asta. Il bar chiuse due mesi dopo la partenza di Deal che tornò a fare il cameriere.

La Virginia ha una grande tradizione di bartender di colore. West Virginia, a Sweet Springs, riapriva come consuetudine un resort stagionale chiamato "The Old Sweet". Apriva ogni anno sin dal 1833, fatta eccezione per quelli della Guerra Civile. Era un luogo di riposo e vacanza per i notabili di Richmond, tra cui, anche il

Generale Robert E. Lee dell'ex esercito confederato. Il bartender era John Dabney, grande specialista del Mint Julep insieme a Jim Cook, entrambi di colore e nati schiavi. I bartender di colore del sud avrebbero guadagnato grande fama con i loro Mint Julep. La loro abilità divenne la forma per guadagnare autonomia e riscatto sociale. Di Jim Cook rimangono pochissime tracce.

John Dabney nacque nel 1824, "comprato" bambino da Cara Williamson De Jarnette che voleva farne un fantino. Quando John era ormai troppo cresciuto per essere un fantino fu mandato a lavorare come bartender al Richmond Hotel gestito dai Williamson. Per tutta la sua vita, anche dopo la liberazione dalla schiavitù, si prese cura dei bianchi divenuti suoi clienti.

La Guerra Civile americana che decretò la fine della schiavitù (1861-1865) era ancora lontana dal venire. Nel 1850 John Dabney e Jim Cook lavoravano entrambi al Ballard House. Al tempo esisteva la pratica illegale secondo la quale gli schiavi potevano avere una piccola attività non dichiarata ufficialmente, autoassumersi e darsi uno stipendio che consegnavano al



**EXCHANGE HOTEL**  
 QUI MORIRONO IL PRESIDENTE JOHN TYLER E SUA MOGLIE E QUI SOGGIORNÒ IL RE EDWARD VII.



loro padrone in cambio di piccoli benefit per se stessi. In effetti si trattava di una proprietà bianca mascherata. Anche John Dabney e Jim Cook avrebbero fatto così. Nel 1850 Cook e Dabney lavoravano al Ballard House Hotel di Richmond. Le loro specialità erano il Julep e la zuppa di tartaruga. Erano bravi nel relazionarsi con la clientela e un giorno mandarono

un vassoio con zuppa e Julep al direttore del Richmond Whig. Che ricambiò con un endorsement di grande rilievo.

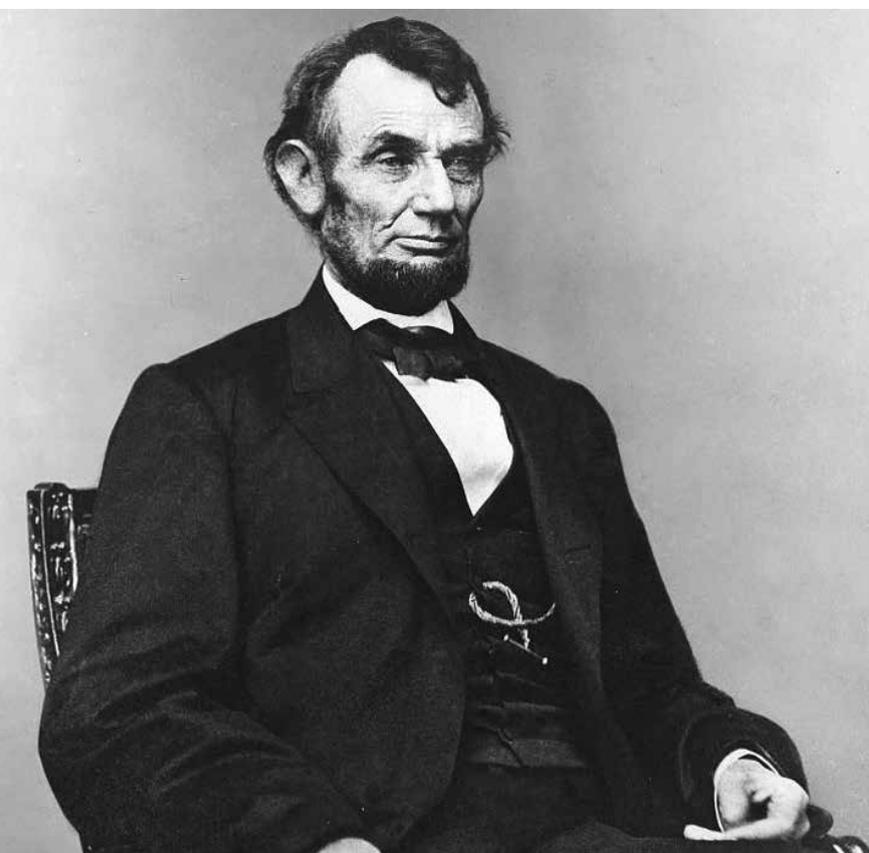
I Julep di Cook e Dabney erano di una fattura elevata e diversa, guarniti con fiori e frutta. Si diffuse il “Julep alla Dabney”; una grande silver cup incrostata di ghiaccio dalla quale sorgeva una piramide di ghiaccio modellata per forme e figure. Un artista del ghiaccio, dissero le cronache del tempo.

Nel 1860 il Principe di Wales, Edward, figlio della Regina Vittoria e futuro Re Edward VII si recò in viaggio negli USA. Arrivò a Richmond. Le cronache hanno sempre raccontato del King’s Julep preparato da Dabney, ma dagli ultimi documenti ritrovati negli archivi dei giornali è ormai chiaro che fu Jim Cook a preparare il Julep per il futuro Re.

Il diciannovenne principe alloggiava all’Exchange Hotel che divideva il ristoran-

*Per la grande silver cup incrostata di ghiaccio, Dabney, maestro del Julep, fu definito un artista del ghiaccio*





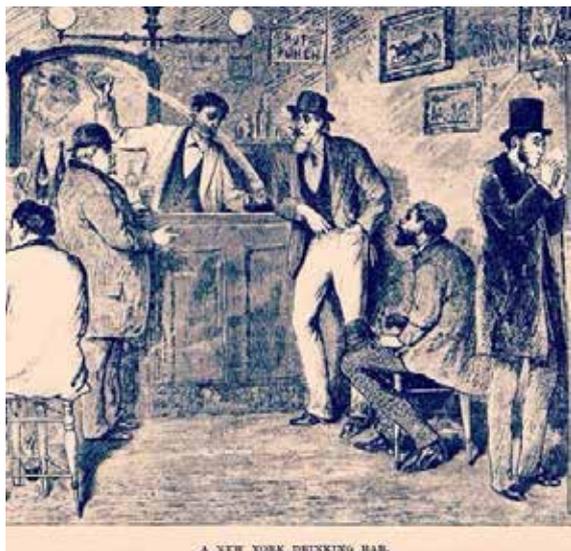
BAR-ROOM SCENE IN WINTER.



te con il Ballard Hotel. Lo stesso hotel dove sarebbero morti John Tyler, 10° Presidente degli USA e, 25 anni dopo, sua moglie. Fu Jim Cook a recarsi all'hotel del principe con una pinta e mezza di Julep. Il principe lo assaggiò e ne chiese subito un altro per sé e per i suoi assistenti, il Duca di Newcastle, Earl St Germaine, e il Maggiore Generale Bruce. Chiese di averne un altro per il mattino successivo. Jim Cook preparò allora un Julep gigante in una mug dalla quale si ergevano 13 cannuce metalliche, una per ogni componente del party reale. Edward ricambiò Jim con 20 dollari in monete d'oro.

John Dabney si sposò con Elizabeth Foster nel 1856, un matrimonio non riconosciuto perché erano ancora schiavi. Ma la vita delle persone di colore apparteneva ai bianchi. Qualche anno dopo John seppe che Cara De Jarnette, "padrona" di sua moglie, voleva venderla, fuori Richmond. Era l'alba della Guerra Civile e John Dabney negoziò l'acquisto di sua moglie e delle loro libertà per 2.000 usd da saldare a rate. Prima che il pagamento fosse finito arrivò l'Emancipation Proclamation del Presidente Lincoln.

John Dabney si costruì una posizione,

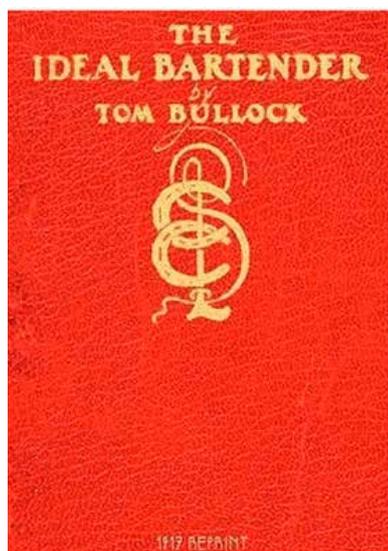


A NEW YORK DRINKING BAR.

esercitò sino a 73 anni ed era chiamato affettuosamente “Uncle John”. Morì il 7 giugno 1900. Un giornalista di Lexington scrisse di Dabney: «Ha la pelle scura ma un cuore più bianco di molti altri con la pelle chiara».

Vi erano altri bartender di colore che svolsero un ruolo significativo nella cocktail culture americana. Altro grande esperto in Virginia, per la qualità dei suoi punch, era Samuel Mordecai. Alcuni furono celebrati, altri molto meno. Ad Albany esisteva la Congress Hall di Adam Blake il cui padre era stato schiavo, a Indianapolis vi era il Charles Shere's Saloon, i bartender di colore erano diffusi, ma anche la riluttanza ad accettarli. Ancora nel 1893. In un sobborgo di Milwaukee il gestore di un bar assunse Benjamin Skeeckels, di colore, come bartender. Il povero bartender corse il rischio di essere linciato, il bar fu demolito.

Altro grande bartender virginiano di colore fu Richard Francis, conosciuto come “Uncle Dick” che però operò a Washington DC. Figlio di schiavi arrivò a Washington nel 1848, in un piccolo bar vicino alla Casa Bianca gestito da tale Handy Hancock e figlio per i quali lavorò per 35



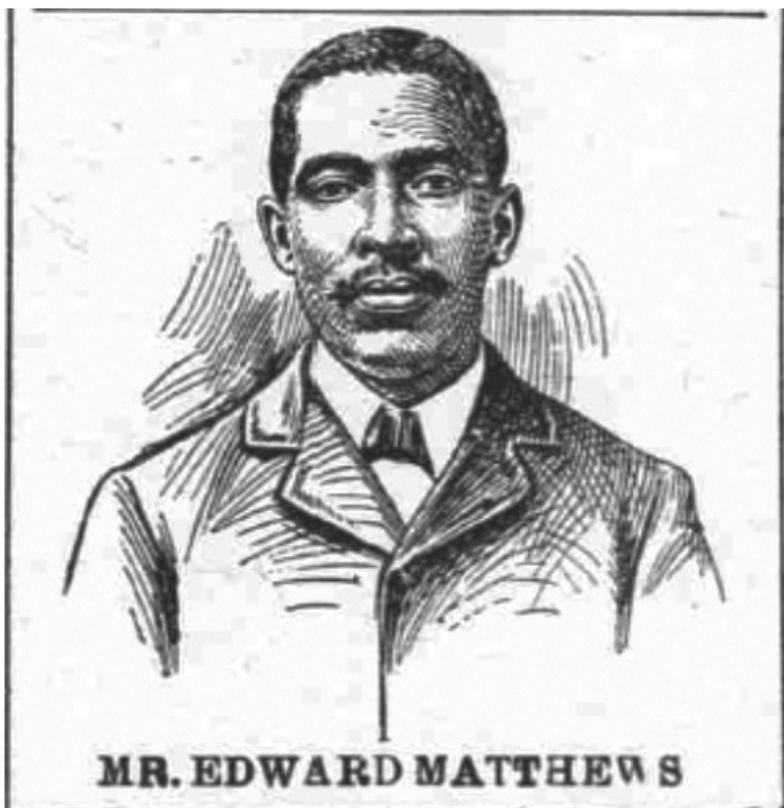
#### SCHIAVITÀ

ALCUNE SCENE  
IN BAR  
DELL'EPOCA IN  
AMERICA, DOVE  
ERA PROIBITO  
L'INGRESSO  
ALLE PERSONE  
DI COLORE.  
IN ALTO TOM  
BULLOCK E IL  
SUO LIBRO.  
QUI SOPRA LA  
CATO'S TAVERN.  
NELLA PAGINA  
ACCANTO IL  
PRESIDENTE  
LINCOLN E LA  
CARTA DELLA  
DICHIARAZIONE  
DI  
EMANCIPAZIONE.

anni. Francis era a contatto con i politici e con il tempo avrebbe stretto grandi amicizie. Al punto che nel 1884 il Presidente pro tempore del Senato George F. Edmunds, gli concesse la gestione del ristorante del Senato. Francis, barista migrante analfabeta fece fortuna. Morì 4 anni dopo lasciando una discreta fortuna immobiliare alla sua famiglia e con un figlio laureato in medicina presso l'Università del Michigan.

Altro grande esempio è Tom Bullock (1873-1964). Nativo di Louisville dove aveva iniziato a lavorare al Kenton Club, arrivò a guidare il bar dell'esclusivo St. Louis Country Club e nel 1917 pubblicò il primo libro di cocktail scritto da un barista di colore.

Di Cato Alexander, tra il 1810 e il 1840 a New York, e della sua tragica storia ab-



biamo già parlato su BarTales in un articolo a lui dedicato sul numero Gen/15. Ma la tolleranza bianca sarebbe rimasta poca anche ben oltre la fine della guerra civile. Nel 1907 in una cittadina dell'Arkansas Sam Fleming ebbe una discussione con un collega bartender bianco. Ci fu una rissa tra i due e Fleming ebbe la peggio. Dolorante e ferito, fu messo in prigione per aggressione. La stessa notte un gruppo di persone incappucciate assaltò la prigione, prelevò l'uomo e lo impiccarono. Le cronache del tempo sono piene di episodi del genere con protagonisti bartender di colore. La stampa si occupava di questi solo in tali occasioni. Neanche quando nel 1898 R.R.Bowie, J. Burke Edelin, Edward Matthews e un altro gruppo di bartender di colore fondarono il "Colored Mixologist Club". Forse la prima forma di associazionismo professionale e mutuale di bartender.

**Alessandro Palanca**

# VARNELLI

*dal 1868*



**SHALL WE MIX?**

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



YouTube



BEVI RESPONSABILMENTE

# ORO EROICO

Ultracentenario, essenziale nell'Harvey Wallbanger, è protagonista di un ritorno alla grande

DI **FABIO BACCHI**

**V**i sono brand iconici, protagonisti della spirit industry, che hanno legato le proprie origini e vicende al patrimonio di cultura, storia e tradizione di un paese. L'Italia vanta molti esempi del genere. Uno di questi è il Liquore Galliano, e questa è la sua storia.

«Una sola cosa disturba la mia gioia per tanta onorificenza, ed è che si discosta troppo da quella data ai miei ufficiali che me l'hanno guadagnata e per i quali il Ministero non fu largo come per me». Così si espresse il già pluridecorato eroe di guerra Tenente Colonnello Giuseppe Galliano, del Regio Esercito Italiano impegnato nelle prime guerre coloniali in Africa, quando apprese che Re Umberto I gli aveva conferito la Medaglia d'Oro al Valor Militare per il suo eroico comportamento durante la battaglia di Agordat nel 1893. Baionetta in resta, Giuseppe Galliano guidò in primissima fila la decisiva carica di cavalleria.

Giuseppe Galliano fu al comando della difesa del forte Enda Jesus di Macal-



lè, poi ribattezzato Forte Galliano, dove per mesi resistette all'assedio del Negus Menelik II sino ad esaurire viveri, munizioni ed acqua. Quando il sovrano nemico, forte di 40.000 uomini contro duemila italiani gli intimò di arrendersi per il suo bene, Galliano gli rispose con una lettera: «Come va? Grazie a Dio io sto molto bene, i miei soldati anche e lo spero anche per i vostri. Il mio Re mi ha



ordinato di non muovermi e quindi rimar-  
 rò qui. Faccia ciò che ritiene opportuno,  
 intanto la informo che ho ottimi fucili e  
 cannoni. Con amicizia. Giuseppe Galliano».  
 Dopo circa due mesi di sanguinoso  
 assedio, senza più acqua, viveri e mu-  
 nizioni, sul punto di suicidarsi piuttosto  
 che arrendersi, Giuseppe Galliano si sal-  
 vò grazie a un accordo diplomatico che  
 pose fine alle ostilità. Ma il sacrificio fi-  
 nale di Galliano era solo rimandato. L'e-  
 roe italiano di guerra sarebbe caduto du-  
 rante la battaglia di Adua alla guida del  
 suo leale e fedele reggimento di ascari  
 che condivisero l'estremo sacrificio.

Giuseppe Galliano nato a Vicoforte,  
 Cuneo, il 27 settembre 1846, già col-  
 legiale militare a dodici anni, perì il 1  
 marzo 1896 ad Adua, Etiopia. Per il suo  
 eroismo durante la battaglia di Adua al



Tenente Colonnello Galliano fu conferita  
 postuma una seconda Medaglia d'Oro  
 al Valor Militare. La menzione: «Impe-  
 gnatosi col suo battaglione sul Monte  
 Rajo, nel momento più critico della lot-  
 ta, combatté valorosamente. Quando le  
 sorti della pugna precipitarono, perdurò  
 nella resistenza con pochi rimastigli a

**GUERRE**  
 IN ALTO UNA  
 SCENA  
 ILLUSTRATA  
 DELLA  
 BATTAGLIA DI  
 ADUA.  
 QUI SOPRA IL  
 FORTE ENDA  
 JESUS DI  
 MACALLÈ.  
 NELLA PAGINA  
 ACCANTO  
 MENELIK II.

#### PROTAGONISTI

IN ALTO DA SINISTRA GIUSEPPE GALLIANO E ARTURO VACCARI. IN BASSO DA SINISTRA IL RE D'ITALIA E PAPA LEONE XIII.



fianco, quantunque già ferito, e col moschetto alla mano, incitando gli altri a finir bene, si difese disperatamente finché fu ucciso».

La storia del glorioso corpo alpino italiano ha in Giuseppe Galliano il primo soldato a ottenere il massimo riconoscimento militare. Per lui fu rotta una regola sino ad allora inviolabile nell'esercito italiano: il conferimento di due Medaglie d'Oro alla stessa persona. Giuseppe

Galliano fu anche due volte Cavaliere e due volte Medaglia d'Argento al Valor Militare. Tali vicende suscitarono in Italia grande ammirazione nell'opinione pubblica. Tra questa vi era il livornese Arturo Vaccari nato a Livorno il 16 ottobre 1854 e che già a 18 anni assisteva il padre nella conduzione del business di famiglia, un commercio di vini e liquori a Livorno che il 25 giugno 1880 sarebbe divenuto la Premiata Distilleria Arturo

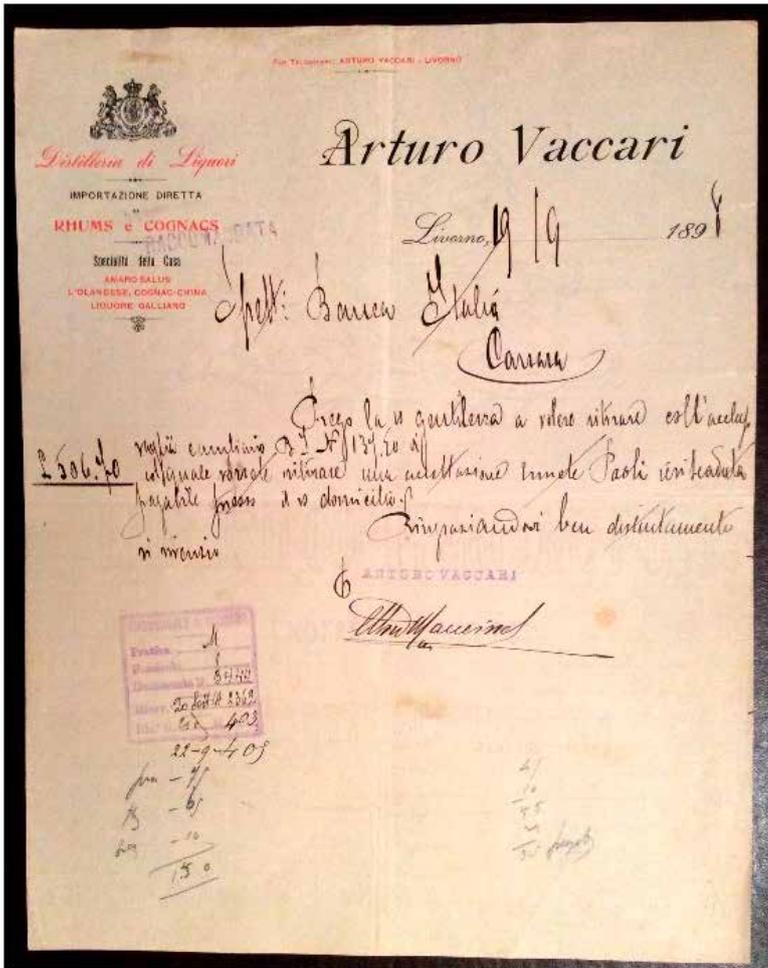


Vaccari.

La storia e le gesta di Giuseppe Galliano, il suo carisma, affascinarono a tal punto Arturo Vaccari che decise di inventare un nuovo liquore con il nome dell'eroe per onorarne le gesta. Leggende vuole che Vaccari si ispirò a un li-

quore casalingo che Giuseppe Galliano consumava, ma di questo evento non vi è traccia documentata. Il 6 novembre 1896 Arturo Vaccari presentò il suo Liqueure Galliano alla società notevole del tempo, sino ad arrivare alla Corte Reale e a Papa Leone XIII il cui medico personale avrebbe dichiarato il nuovo liquore eccellente per la salute e di ottimo gusto. La ricetta subì un lungo perfezionamento sino ad arrivare a una miscela composta da 30 botanica soggetta a sette infusioni e sei distillazioni. Arturo Vaccari scelse e mescolò sapori che riflettersero la passione, la grandezza, la magnificenza artistica e la sensualità del suo paese. Sperimentò infinite combinazioni di ingredienti e piante prima di scegliere i diversi tipi di erbe, spezie, radici, cortecce e semi di fiori.

Vaccari si avvale della collaborazione di molti specialisti e droghieri del tempo. Tra questi vi erano i fratelli Riccardo e Pietro Maraschi che gestivano la loro attività a Torino dal 1888, e dal Piemon-



Cati40

www.delcampe.net



te provenivano molte delle erbe usate nella ricetta. Costoro furono quelli scelti da Vaccari ed è plausibile affermare che la ricetta di Galliano tecnicamente abbia avuto i suoi natali in Piemonte.

Il 1896 fu anche l'anno della corsa all'oro in California. Migliaia di persone, anche italiane, furono attratte da sogni di facile arricchimento. Attento ai messaggi del tempo e per commemorare l'evento, Arturo Vaccari decise di rendere giallo come l'oro il suo liquore che



sarebbe arrivato in America al seguito dei migranti italiani attratti dallo Stato dell' Oro. Il liquore riscontrò da subito un grande successo ma Arturo Vaccari non sarebbe vissuto a lungo venendo a mancare il 3 settembre 1910. Sarebbero stati proprio i fratelli Maraschi ad intervenire sulla ricetta per migliorarla aggiungendovi bacche di vaniglia e anice verde.

Oggi l'azienda è conosciuta come Maraschi & Quirici, moderna e attiva si trova a Chieri ai piedi delle Alpi, ed è ancora qui che vengono create le essenze dell'inconfondibile gusto di Galliano. L'azienda utilizza due piccoli distillatori della capienza di 100 lt. e la ricetta resta ancora oggi un segreto. Tra le erbe



e spezie utilizzate vi sono certamente cardamomo, chiodi di garofano, legno di sandalo, cannella, anice mediterraneo e stellato, ginepro, lavanda, timo, salvia, vaniglia e menta. Da perfezionista qual era Arturo Vaccari si applicò anche nel disegno della bottiglia che doveva essere unica e distinguibile. Essa fu ispirata dalla maestosità delle antiche colonne romane.

Nel corso della sua storia il Liquore Galliano trovò largo spazio in miscelazione e negli anni '70 e '80 divenne protagonista di ricette iconiche come l'Harvey Wallbanger. Tra alti e bassi, due guerre mondiali, cambi di proprietà sino all'attuale e gloriosa Lucas Bols, Galliano ha superato il traguardo dei 100 anni di vita presentandosi sul mercato anche in altre declinazioni e nella sua storia il brand ha prodotto anche altri liquori.

In Italia Liquore Galliano si presenta con cinque prodotti. Due di questi sono le classiche ricette che si sono avvicinate dalle origini. Galliano L'Autentico (42,3°) è la ricetta tradizionale, frutto di macerazioni multiple dei botanici e distillazioni che gli donano una complessità ricca, caratterizzata dall'esplosione di freschezza delle erbe e delle spezie, con una sfumata nota balsamica. Gal-

liano Vanilla (30°) ha il cuore di Galliano L'Autentico con una diversa speziatura e una nota vanigliata che rende il prodotto più delicato, floreale e morbido. A questi classici il brand ha affiancato nel 2015 Galliano L'Aperitivo (24°), una miscela di agrumi mediterranei combinata con erbe e spezie in macerazione per due settimane per avere un bitter aperitivo dal finale dolce amaro, ottimo in miscelazione e per la diversificazione di grandi classici come Negroni, Americano o Spritz. La gamma è completata da Galliano Amaretto, già sul mercato dal 1980, e da Galliano Ristretto (28°). Questo coffee liqueur è ottenuto con un'infusione al 55% di coffee arabica brasiliana e colombiana e 45% di robusta da Kenya e India. Dal 2014 Liquore Galliano è protagonista di un grande ritorno. Memorabile fu lo street party organizzato per l'opening event dell'edizione 2014 di Tales Of The Cocktail a New Orleans. Welcome back Galliano.

*Il Liquore Galliano trovò largo spazio nella miscelazione.*

*Divenendo protagonista dell'Harvey Wallbanger*

**Fabio Bacchi**

## RICETTE GALLIANO

### **CAPTAIN OF ETIOPIA** di Jonatan Di Vincenzo Tiki Comber – Cesenatico

#### INGREDIENTI

- 1oz Appleton 12
- 1 1/4oz Galliano L'Autentico
- 1/4oz Mezcal Montelobos
- 3/4 spremuta d'arancia
- 1/2oz succo di passion fruit

Tecnica: flash blend Glass: Tiki Mug. Garnish: fiori, passion fruit shell



### **CIRCOLO ADUA** di Giulio Tabaletti Gradisca Caffè – Genova

#### INGREDIENTI

- 4cl Portobello Road gin
- 3cl Galliano L'Autentico
- 2cl succo di lime
- 2 barspoon di marmellata di lamponi
- gocce di chiara d'uovo

Tecnica: dry shake- shake and strain Glass: coppetta  
Garnish: anice stellato



### **ENDA JESUS** di Luca Rossi Muà – Genova

#### INGREDIENTI

- 30 ml Galliano L'Autentico
- 50 ml Macchu Pisco Diablada
- 20 ml succo di lime
- 20 ml sciroppo di vaniglia
- Gocce di albume
- Gocce bitter Orange & Mandarin Bob's

Tecnica: dry shake, shake & strain Glass: coppetta  
Garnish: scorza limone & pepe del bengala



### **MONTE RAJO** di Riccardo Semeria The Fumoir Bar Claridge's – Londra

#### INGREDIENTI

- 30ml Ocho Silver Tequila
- 15ml Galliano L'Autentico
- 15ml centrifugato di finocchio
- 15ml succo di lime
- 15ml Lillet Blanc

Metodo: shaker. Glass: Old Fashioned con ghiaccio.  
Garnish: ciuffetto di finocchio

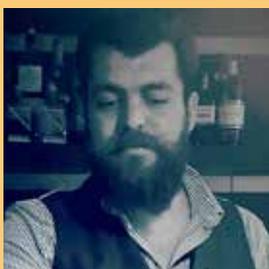


### **MACALLÈ JULEP** Carlo Simbula Morgante – Milano

#### INGREDIENTI

- 1oz Bulleit Bourbon Whiskey
- 1oz Galliano Vaniglia
- Foglie di menta
- Lemongrass
- 1 dash bitter alla lavanda

Tecnica: julep Glass: julep cup Garnish: rametto menta ed erbe



### **FUNKY BEETROOT** di Filippo Sisti Carlo & Camilla in Segheria – Milano

#### INGREDIENTI

- 20ml Galliano L'Autentico
- 15 ml succo di lime
- 30 ml succo di barbabietola arrostita
- 50 ml Tequila blanco infuso alle fragole
- Float di momofuku cream alla lavanda\*

Tecnica: shake & strain. Glass: coppetta. Garnish\*



**ELISIR**  
di Vincenzo Losappio  
Damascigliere – Milano

INGREDIENTI

- 3 cl Galliano Aperitivo
- 2 cl Talisker Skye
- 2 cl succo di mandarino tangerino
- 2 cl sciroppo camomilla e miele (1:1)

Tecnica: shaker Glass: coppetta Garnish: fiore di camomilla



**FIRMA AUTENTICA**  
di Claudio Peri  
The Soda Jerk- Verona

INGREDIENTI

- 35ml Galliano L' Autentico
- 15ml Galliano Vanilla
- 25ml succo di limone
- 10ml miele
- 20ml egg white
- 12 gocce bitter liquirizia

Tecnica: shaker Glass: cocktail glass Garnish: stecchino di more



**COLUMBIS ROUTE**  
di Andrea Melfa  
Lo Straccale – L'Aquila

INGREDIENTI

- 20 ml Plantation Rum Pineapple
- 20ml Galliano L'Autentico
- 20ml succo di lime
- 10ml latte di mandorla

Tecnica: shaker. Glass: Collins. Garnish: trancio e foglie di ananas



**AGORDAT**  
di Enrico Chillon  
Caffè Pontevecchio  
Bassano del Grappa

INGREDIENTI

- 3cl Gin Jinzu
- 1,5 cl sciroppo di zucchero
- 2,0cl succo di lime
- 2,0cl Galliano Vaniglia
- 0,5 Fernet Branca
- Gocce di Delizia Cannella Varnelli

Tecnica: shaker Glass: coppetta cocktail. Garnish: lime disidratato



**MENELIK**  
di Luca Rapetti  
The Library Bar at The  
Lanesborough Hotel  
London

INGREDIENTI

- 30 ml Grappa di Moscato
- 25 ml Stone's Ginger Wine
- 20 ml Galliano L'Autentico
- 4 spray pine nuts water

Tecnica: mixin' glass Glass: Versare tutti gli ingredienti in mixing glass ad eccezione dell'essenza di pinoli. Mescolare per alcuni secondi e versare in un Old Fashioned colmo di ghiaccio. Spruzzare 4 volte l'essenza di pinolo. Garnish: anice stellato adagiato su due foglie di kaffir lime.



# 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.



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

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



*The Finest Address in Gin*

Distribuito da Onestigroup S.p.A.  
[www.onestigroup.com](http://www.onestigroup.com)

# BENVENUTI A CAHOOTS

Un salto nel tempo, nel 1946,  
per il *secret bar* più celebre  
della capitale

DI GIULIA ARSELLI



**D**urante la seconda guerra mondiale le stazioni della metro londinese divennero rifugi antiaereo per i cittadini. La triste quotidianità del loro uso le rendeva quasi seconde case, attrezzate dai cittadini con quelle poche suppellettili che si riusciva a salvare dalle abitazioni bombardate e che potevano dare un minimo di comfort alle esigenze più elementari: sedie, tavoli, lampade, stoviglie e bicchieri. Tutto quello che poteva alleviare disagio e paura.

Il senso di creare una parvenza di normalità era forte e in queste stazioni nacquero anche degli improvvisati e razionati bar che potessero funzionare da contenitori sociali. Musica e voglia di sta-

re insieme rinforzavano un sentimento di condivisione e solidarietà che alleviava la tragica realtà e rendeva vivi. Voglia di divertimento e spensieratezza a lungo dimenticate e represses si condensavano in questi luoghi nascosti e illeciti. Erano frequentati da esponenti di ogni ceto sociale e definiti con il termine Cahoots. "We meet in Cahoots" era il passaparola che definiva il luogo mondano e divertente nel quale incontrarsi. La segretezza serviva a proteggere questi illeciti bar dalle chiusure forzate.

Ispirandosi a questa datata realtà i creativi di Inception Group hanno elaborato il concept alla base di Cahoots Bar a Londra. Metaforicamente ambientato



*Ambientato in una stazione  
in disuso, la Kingly Court  
Station, Cahoots invita a un  
vero e proprio salto nel tempo.  
Ci si sente veterani di guerra,  
sopravvissuti con una gran  
voglia di far festa*

in una stazione in disuso nel dopoguerra, più precisamente nel 1946, nella stazione metropolitana Kingly Court Station. Cahoots è un luogo dove non si rimane mai a secco! Entrare a Cahoots significa fare un salto indietro nel tempo e venire rapiti da una atmosfera che trasporta in una dimensione sconosciuta. Il team contribuisce a creare questa atmosfera catturando il pubblico con un racconto che è la sceneggiatura del concept ispiratore. E ci riescono bene. Ci si sente veterani di guerra, sopravvissuti che si ritrovano con una estrema voglia di festa.

Benvenuti a Cahoots, idealmente il Secret Bar più famoso di Londra. Varcata la soglia d'ingresso si scende nel tunnel

percorrendo delle scale di legno accompagnati da un rumore che ricorda lo sferagliare del treno. È il segnale che si sta per compiere un viaggio. Il ticket office è il punto di inizio. Uno "scoundrel" vi accompagna all'interno della stazione ed eccovi trasportati nel passato. Il locale è suddiviso in 3 zone, la piattaforma nord, quella sud e il Carriage. Nella prima ci sono bauli e letti a castello, nella seconda area, tavoli, lampade e sedie portate dagli scoundrel e in un angolo anche un piccolo bunker.

Il treno è sicuramente la zona più ambita, di colore rosso, risaltante davanti al bar, con interni tappezzati e colorati, poster e baul. La carrozza viene riservata per



eventi privati, ci dicono, e molto spesso è l'area più movimentata nella stazione di Kingly Court. Il bar, completamente in legno è a centro sala, con una grande selezione di spiriti e una moltitudine bicchieri, tazze, vasi, lattine, brocche, bottiglie per il latte che rendono speciale questo bancone, diverso dai soliti. I muri sono tappez-

zati da poster, mappe dell'epoca e stampe che raffigurano la storia della Londra nel dopoguerra, fanno da cornice a un'atmosfera divertente e unica.

Avvicinandosi al bancone l'attenzione viene rapita da colorati quotidiani che in realtà sono i menù. Questi sono suddivisi in sei sezioni ed è un bartender che introduce la presentazione del menù. "Land Girls & Homeguard" è la prima sezione, sono raccontati gli ingredienti utilizzati nei cocktail. Ingredienti poveri ma freschi, reperibili nelle case e negli orti; asparagi, zucca, aceto di mele, spinaci, cavolo rosso, marmellate di carote e di zenzero. Tutti questi ingredienti venivano utilizzati durante la guerra perché ricchi di vitamine e in grado di procurare un senso di sazietà.

Tra i Drinks spicca il "Grow For Victory", un Tequila drink nel quale i pomodori secchi conferiscono una sapidità inaspettata, la particolare purea di asparagi, piselli, cavolo kale e pera è bilanciata dallo Sherry



Fino e dalla freschezza degli agrumi. È delizioso ed è servito in una tazza da zuppa.

“Wide Boys and Goodtime Girls” for fan of scandalous parties, così recita il menù, è la sezione nella quale si trovano drink colorati, fruttati e “easy-to-drink”. “A Case of the vapours”, è un drink profumato, di un colore verde che ricorda la primavera. Al palato si percepisce una freschezza erbacea proveniente dallo “smelling salt”, uno sciroppo di erbe mediterranee ed Engine Fuel (un mix alcolico tropicale dai sapori di ananas, spezie e banana) che donano una piacevole e inaspettata cremosità al drink.

Sempre coinvolti da un’atmosfera di vagoni di treni e stazioni calate in una luce soffusa si viene attirati dalle Hotsie Totsie, un trio femminile che si esibisce con brani degli anni ’40 e ’50. Fanno intrattenimento e ben si calano nell’ambiente.

Nell’offerta food spicca la presenza delle pies, tipiche tortine britanniche di pa-



sta sfoglia ripiene di formaggio e spinaci accompagnate dalla tipica marmite, una salsa inglese a base di lievito di birra.

Al tempo uomini in servizio ed eroi in volo trasportavano ingredienti difficilmente reperibili. A loro è dedicata la sezione “Tommies and Dickies” drink a base di American Whiskey, Rum e spiriti sud amri-



# THE HOTSIE TOTSIES

[LIVE] VOCAL HARMONY TRIO FROM BOTH SIDES OF THE ATLANTIC, BRINGING YOU SONGS FROM THE 1940'S BY SOME SWELL LOOKIN' DOLLS!

SPECIAL SUNDAY BANK HOLIDAY SERVICE  
SUNDAY 28TH AUGUST - OPEN ALL THE WAY TILL 3AM  
*No work Monday!*





**CAHOOTS**  
MICHELE  
VENTURINI,  
BARTENDER  
DEL "SECRET  
BAR" DI  
LONDRA.

cani. Tra questi "Quick one before to take off" un Eggnog con liquore alle nocciole, Butterscotch e un top di Guinness irish stout beer. È un afetr dinner di carattere, cremoso. Tutti gli spirit utilizzati sono di alta qualità, gli sciroppi rigorosamente homemade. In "Aristocrat e Fat Cats" vi è il drink Under the Counter, rinfrescante a base di Gin Romano infuso con prugne, sciroppo di mulled wine, Vermouth ambrato e ginger ale. Questo drink è servito in un bellissimo vaso romano di ceramica fatto a mano. Il tocco finale è un'affumicatura con lavanda.

In questa meraviglia di bar il bar manager che si aggira tra i tavoli è Michele Venturini, nella capitale inglese da novembre 2013. Scuola alberghiera, classica gavetta, inizia il lavoro nei locali della Versilia prima di fare ritorno a Sarzana, sua città di origine. Nel suo percorso Michele si è spesso accompagnato a barman Aibes vincendo il concorso nazionale nel 2009, a Sorrento. Dopo altre esperienze liguri vola a Londra nel 2013. La storia è comune a quella di altri ragazzi che hanno saputo trovare la strada della realizzazione professionale: tenacia, determinazione e lo spirito di vivere un'avventura emozionante.

Per un bartender esistono gratificazioni che fanno dimenticare nostalgia e fatica.



Conoscere e affiancare bartender come Beke e Cinalli è di per sé già formativo. Dopo 17 mesi al Mint Leaf Lounge di Londra arriva al Mr Foggs, uno dei nove locali di Inception Group. Fu la telefonata con Michele Previero che gli proponeva il progetto Cahoots, a segnare la svolta. Alla guida di Cahoots Michele è coadiuvato da Domenico Di Bucchianico e il team internazionale è composto da 29 elementi. «Londra è piena di fantastici locali e di grandi bartender e in questo periodo dove tutti vanno alla ricerca dell'innovazione – dice Michele – a noi piace fare un passo all'indietro e oltre a focalizzarci sui drinks e il servizio ci piace concentrarci sull'esperienza». Tutto ciò in soli tre anni.

**Giulia Arsellì**

### GROW FOR VICTORY

#### INGREDIENTI

- 40 ml Tequila infuso con pomodori secchi
- 15 ml Agave Syrup
- 20 ml Tio Pepe Sherry 1/2 lemon juice 1/2 lime juice 40ml
- Grow mix purè\* (asparagi, piselli, kale, pera) 40 ml

Tecnica: shaker. Glass: soup cup con ice cube. Garnish: kale e dry tomato

\*Grow mix: bollire asparagi e cavolo con i piselli per qualche minuto.

Raffreddare, frullare con la purea di pera per qualche secondo.

### A CASE OF THE VAPOUR

#### INGREDIENTI

- 50ml Bacardi carta blanca 25ml lime juice
- 15ml Roots Mastiha liqueur 15ml Smelling salt\* (mint and herbal homemade syrup) 20ml Engine Fuel\*\* (tiki mix di anans, banana liqueur, Falernum, spezie)
- Egg white

Tecnica: dry shake, double strain. Glass: doppia coppa. Garnish: lavanda, dry rose, camomilla

\*Smelling salt: preparare la base di liquore alla menta, aggiungere acqua ed erbe come lemon thyme, maggiorana e menta. Fare bollire per qualche momento, aggiungere zucchero e ridurlo a sciroppo.

\*\* Engine Fuel: 4lt di succo di ananas, infusione di cassia, cardamomo, kaffir lime. Aggiungere 200ml di Falernum, 100 ml di liquore alla banana e lasciare riposare.

### QUICK ONE BEFORE TO TAKE OFF

#### INGREDIENTI

- 40ml Gentleman Jack Whiskey
- 25ml Frangelico 15ml Butterscotch syrup
- 15ml Amontillado Dry Sherry
- 1 tuorlo d'uovo

Guinness stout beer top

Tecnica: shaker. Glass: copper beer. Garnish: biscotto, cioccolato e polvere di cannella

### UNDER THE COUNTER

#### INGREDIENTI

- 40ml VII Hills Gin plum infused
- 25ml Mancino Bianco Ambrato
- 20ml succo di limone 20ml mulled wine syrup\*
- Ginger Ale top

Tecnica: shaker. Top di crushed ice. Glass: vaso di terracotta.

Garnish: mix di rosa, lavanda, fiori di ibisco.

\*Mulled Wine: cuocere il vino rosso con spezie (cassia, chiodi di garofano, orange peel, lemon peel). Aggiungere zucchero e mescolare fino al raggiungimento dello sciroppo.



**B.<sup>LO</sup> NARDINI**  
DISTILLERIA A VAPORE

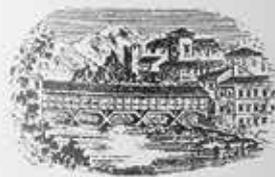
BEVI RESPONSABILMENTE



**LA PRIMA  
GRAPPA  
D'ITALIA**

**DAL 1779**

**B.<sup>LO</sup> NARDINI**  
DISTILLERIA A VAPORE



*Aquavite*  
*di pura vinaccia*  
*doppia rettificata*

**BASSANO**

al PONTE dal 1779

70 cl

50% vol.

**B.<sup>LO</sup> NARDINI**  
DISTILLERIA A VAPORE



*Aquavite*  
*di pura vinaccia*  
*doppia rettificata*

**RISERVA**

**BASSANO**

al PONTE dal 1779

70 cl

50% vol.



# DIECI ANNI DI SUCCESSI

Con un occhio di riguardo all'artigianalità e alla tradizione italiana

DI JOHNATAN FERRI ABARBANEL

**B**ar Convent Berlin compie dieci anni affermandosi come il principale evento europeo dedicato al bartending professionale. L'edizione che si è svolta dal 10 al 12 ottobre ha avuto un incremento sotto tutti i punti di vista rispetto all'anno scorso: 900 brand presentati da 317 espositori provenienti da 28 paesi (+20% su 2015), 11.064 visitatori trade, numero quasi pari ai visitatori totali del 2015.

Per la prima volta BCB si è tenuto in 6 hall per un totale di 16.700 metri quadrati espositivi, che verranno allargati a 20.000 nel 2017. Una crescita notevole rispetto agli otto espositori del primo anno, il 2007, quando tre bartender tedeschi, assidui frequentatori dei bar show di Londra decisero di organizzare un piccolo "convivio" o convent per i loro colleghi. «BCB è ormai diventato grande», racconta Helmut Adam, fondatore



ed ex bartender. Come si può avere una tale crescita senza rischiare di perdere il focus e la propria identità? Chiediamo a lui. «BCB sarà sempre incentrata sul bar, bartending di qualità e professionale. Questo è un valore fondante e ci guida nell'espansione. Seguiamo molto il lato consumer del mondo beverage, ma BCB avrà sempre come target principale i professionisti del settore. Se in futuro intraprenderemo iniziative per

i consumatori sarà una cosa separata. Seguiamo anche il mondo della ristorazione, ma limitiamo il nostro focus sui prodotti da bar, quindi spirit ma anche vini fortificati, Champagne e spumanti, birre artigianali e caffè, ma non vini, ad esempio».

Una crescita guidata, quindi, da valori non negoziabili, impresa per nulla scontata viste le allettanti offerte di grossi marchi, ad esempio produttori di birra

**PYRAT**  
RUMS

**VERMOUTH  
DEL PROFESSORE**



mainstream, di energy drink, di vini, nonché di testate giornalistiche estremamente influenti ma slegate dal mondo del bartending. Valori capiti e abbracciati dal partner Reed Exhibition, leader mondiale del settore events planning, che gestisce la fiera.

Particolare attenzione è data ai contenuti e all'equilibrio tra major e piccoli brand. «Quest'anno abbiamo avuto relatori scelti in base a criteri di qualità e originalità dei seminari proposti, più che da logiche aziendalistiche e promozionali. Diamo sempre la possibilità anche a brand emergenti di avere uno spazio pur non disponendo dei budget delle grosse corporation».

A precedere la fiera i Mixology Bar Awards, per la prima volta allargati all'Europa, a differenza degli anni precedenti in cui si premiavano solo i bar dell'area GSA (Germany, Switzerland, Austria). A ritirare due dei quattro pre-



mi dedicati all'Europa è stato Agostino Perrone, insignito degli awards "Best European Bar" (Connaught Bar, Londra) e "Best European Mixologist". I brand italiani del gruppo "Spirit of Italy" si sono riuniti nel seminario a loro dedicato.

Sotto questo ombrello, nato a New Orleans nel 2011 e presentato per la prima volta in Europa al BCB 2016, uniscono le forze 9 aziende di famiglia simboli del Made in Italy, allo scopo di valorizzare e divulgare al mondo la tradizione liquoristica nostrana, con seminari degustazioni ed eventi incentrati su amari, Vermouth, liquori, aperitivi e distillati. Si conferma il forte interesse verso i prodotti della tradizione italiana emerso chiaramente nelle scorse edizioni di BCB.

Paolino Génépi Bio era tra i prodotti presentati da Savio assieme agli altri marchi di sua proprietà tra cui i private label Ron Malteco e Malecon. «La mag-



gior parte delle richieste erano per i prodotti tipicamente italiani, come chinotto, cedrata, aperitivo bitter», ci racconta Samantha Leone di J. Gasco, «soprattutto in chiave miscelazione. Questo significa che la richiesta dei nostri prodotti è mondiale, in quanto in queste giornate



Berlino è il centro del mondo bartending».

«BCB, con il suo respiro internazionale e il focus su spirit e qualità, attira parecchi operatori anche dagli Stati Uniti, dove fiere pur più grosse come Tales

Of The Cocktail sono però più USA-centriche e consumer oriented», commenta Leonardo Leuci impegnato con Antonio Parlapiano nella presentazione di una case history sui produttori di Genever. «Facile da raggiungere, focalizzata su spirit e senza il settore

vino o altro a diluire l'attenzione, è la migliore fiera anche per il perfetto mix di mixology e business, con bartender e importatori interessati in primis a metodo di produzione, storia e miscelazione piuttosto che al prezzo, tanto che

abbiamo deciso di investire molto di più su BCB l'anno prossimo», rivela Antonio Nardini.

«Per noi è la prima esperienza», dice Enrico Magnani per Alpestre, «siamo estremamente contenti perché è un punto di riferimento mondiale, con un forte interesse per il prodotto in primis, e poi di conseguenza sul come miscelarlo. Molti ci hanno scoperti in questi giorni, e la Germania è il nostro primo mercato estero».

Conferma tutto Mauro Mahjoub del Negroni Bar di Monaco, italiano trapiantato in Germania da parecchi anni: «BCB, ormai è diventata veramente gigante, e il made in Italy è una presenza importante». Guido Zarri di Villa Zarri Brandy «È impressionante quanto sia cresciuta in pochi anni».

Varnelli era rappresentata da Orietta Varnelli. «Abbiamo consolidato i nostri contatti negli USA dove i nostri prodotti sono apprezzati in miscelazione molto più che in Italia», racconta Orietta, men-

*La Convention di Berlino ha una forte impronta internazionale, in grado di attirare operatori anche dagli Stati Uniti*



tre Giulio Tabaletti del Bar Gradisca di Genova dispensava sour con Varnelli e caffè. «È sicuramente un ottimo investimento per un'azienda come la nostra, con molti nuovi contatti con importatori

interessati a coerenza e tradizione, più che a logiche commerciali».

Leonardo Veronesi per Marzadro osserva che «i professionisti stranieri sono molto più propensi degli italiani a



miscelare la Grappa, anche invecchiata, rispetto agli italiani più legati al consumo puro».

La crescita più stupefacente è stata quella di BrewBerlin, l'area dedicata alla birra, in particolare quella artigianale con gli spazi raddoppiati rispetto all'anno scorso. 37 gli espositori presenti, tra i quali il Birrificio Indipendente Elav di Bergamo, oltre ad altri da Giappone, USA, UK e non solo.

L'artigianalità si afferma come valore importante quindi per tutte le tipologie di prodotto. Non sono mancati seminari su come utilizzare la birra, sul caffè, di miscelazione, assieme a molti incontri che si occupavano dell'aspetto "business" e del settore hospitality in generale.

Un successo oggettivo, quello di BCB, determinato dall'aver eretto a sistema in una fiera internazionale i valori cari ai tre bartender fondatori: qualità del prodotto e del servizio, professionalità nell'organizzazione, senso di appartenenza a una community globale, focus su pochi elementi ben curati e non meno importante, passione per la hospitality e l'esperienza complessiva dei propri ospiti.

**Johnatan Ferri Abarbanel**

NETTARE D'AGAVE  
AZUL 100%  
ORGANICO



BEVI RESPONSABILMENTE



INFO@GHILARDISELEZIONI.COM



**EDMOND BRIOTTET**

Maison fondée en 1836

oltre 30 gusti

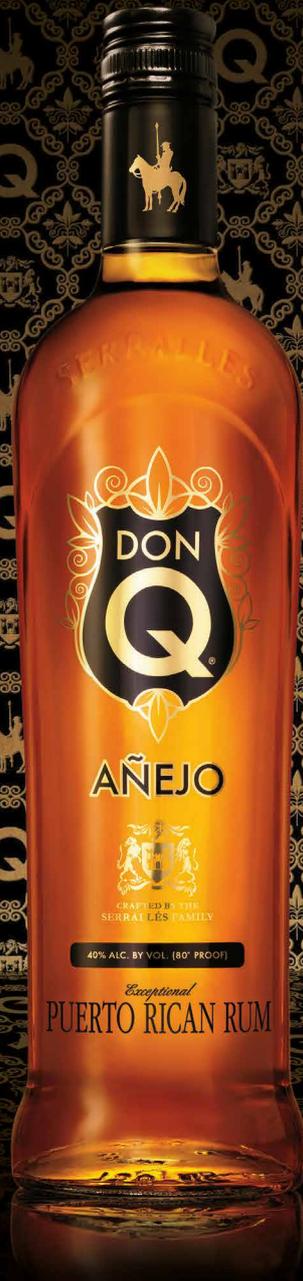


BEVI RESPONSABILEMENTE



RUSHING PERFECTION.

QUESTIONABLE.



**DON**  
**UNQ** **QUESTIONABLE**<sup>®</sup>  
EXCEPTIONAL AGED PUERTO RICAN RUM



BERE RESPONSABILMENTE IMPORTATO IN ITALIA DA GHILARDI SELEZIONI DONQ.COM  
PRODUCED BY DESTILERIA SERRALLES, INC., PONCE, PR. RUM 40% ALC/VOL.

# LONDRA, LE ROTTE DEL BARTENDING

Seminari e tasting nel cuore di Old Spitafields Market. Anticipo dei più importanti appuntamenti internazionali

DI LUCA RAPETTI

**S**e Tales Of The Cocktail con i relativi Spirited Awards, evento che si svolge ogni anno nella pittoresca cornice di New Orleans, può essere paragonato alla consegna dei premi Oscar della Bar Industry, quello che si svolge nella capitale britannica nei successivi mesi è solo l'inizio di una

stagione ricca di appuntamenti internazionali.

L'atmosfera cosmopolita e innovativa che si respira nella zona est di Londra identifica cambiamento e innovazione costanti. Grazie a una intelligente campagna di promozione, se ci si trova nella zona di Old Spitafields Market, si ha la possibilità di essere testimoni di due importanti eventi di settore. Il primo appuntamento si è svolto il 20 settembre al 388 di Old Street, in una location molto caratteristica.

Il Boutique Bar Show segue il bar show format già popolare in altre città quali Atene e Berlino, mantenendo tuttavia una dimensione contenuta in termini di spazi espositivi, cercando di mettere in luce ciò che è insito nel concetto di "boutique", ossia un luogo dove si possono acquistare e apprezzare prodotti di nicchia e di alta qualità.

Suddiviso in 3 piani in una palazzina che ospitava nei decenni scorsi un'atti-





**LONDRA**  
 SOPRA LA  
 MAPPA DEI  
 LUOGHI  
 DELL'LCW.  
 NELLA PAGINA  
 A SINISTRA UN  
 MOMENTO DEL  
 BOUTIQUE BAR  
 SHOW.

vità commerciale, più di 50 espositori, la maggior parte dei quali provenienti ovviamente dal territorio britannico, hanno accolto i visitatori nei loro stand alla scoperta di nuovi brand e spunti di approfondimento. Un piano intermedio diviso in 2 aree ha ospitato i workshop. La prima sala era dedicata al “Bar Talks”, ovvero la possibilità di confrontarsi direttamente con professionisti che nel corso degli anni hanno saputo costruire e mantenere un’attività di successo.

Molto apprezzate le sessioni curate da Niko Bakoulis, giovane e brillante

co-proprietario del The Clumsies di Ate-  
 ne che ha raccontato l’evoluzione che  
 ha determinato il successo del suo lo-  
 cale. Dello stesso avviso sono stati an-  
 che Rosie ed Edmund Weil, coloro che 5  
 anni fa aprirono il pluripremiato Nightjar,  
 e premiati quest’anno con il “World’s  
 Best New Bar” di Tales Of The Cocktail  
 per l’Oriole Bar. Molti sono gli aspetti  
 che vanno tenuti in considerazione per  
 ricavare profitto dal proprio lavoro all’in-  
 terno del bar: dalla ricerca e selezione  
 del personale a come poter sfruttare al  
 massimo i social media come fonte di



pubblicità, sino ad analizzare e potenziare la propria personalità a contatto con il cliente, tutte tematiche affrontate da esperti qualificati di management e marketing all'interno del "Business of Bar" stage.

Il trend del Gin è ancora forte, rappresentava circa il 20% dei prodotti presenti nonostante l'ascesa di altri distillati quali Tequila e Whisky. Per rendere più interessante il tour attraverso i due piani espositivi, sono stati allestiti ben 3 pop-up bar "Northern Signature", "Southern Signature" e "London Signature" nei quali era possibile assaggiare le creazioni di cocktail bar localizzati rispettivamente nella zona nord dell'Inghilterra, nella parte meridionale e quelli provenienti dalla capitale britannica. Molto apprezzata la "The Class Room" che celebrava il ritorno di Class Magazine, importante rivista inglese di settore.

Seppur della durata di solo un giorno, Boutique Bar Show rappresentava idealmente l'ouverture della London Cocktail Week che è avvenuta due settimane più tardi.

Analizzando la maggior parte di eventi e fiere dedicate al settore bar, solitamente si pensa a un qualcosa caratterizzato da seminari, masterclass, stand da visitare, tutto in un'unica struttura. La London Cocktail Week è tutto questo, un grande show della durata di una settimana, durante la quale ben 250 bar sparsi per tutta la città la animano, pur mantenendo comunque il suo campo base a Old Spitafields, ex mercato urbano della zona orientale della città.

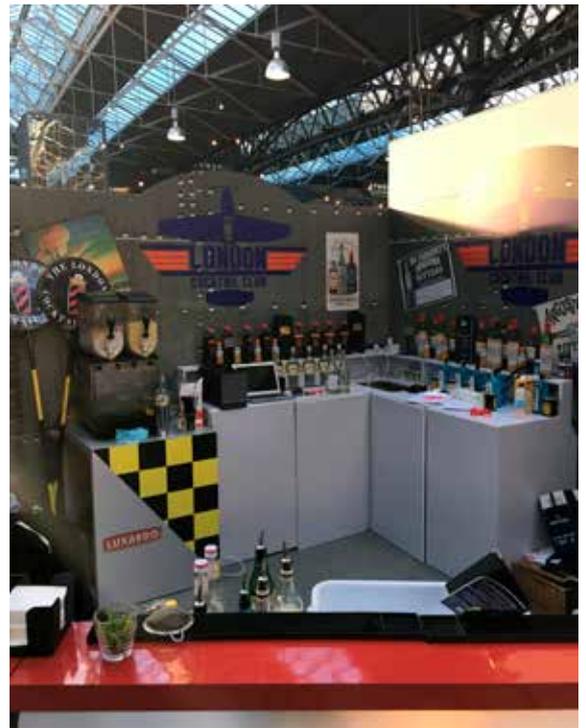
Già scelto come location per London Cocktail Week 2015, Old Spitafields gode di un'ottima posizione strategica in Liverpool Street. La formula per partecipare alla LCW 2016 era identica al



2015: sul sito internet dedicato si acquistava in anticipo il braccialetto, che, al costo di 10£, consente di usufruire di ingressi illimitati al Cocktail Village e alla World Class House, installazione dedicata al mondo World Class, che attraverso i suoi prodotti guida il visitatore “into the unknown”.

Sito al 4-6 di Glasshouse Street, nei pressi di Piccadilly Circus, World Class House offre di provare creazioni firmate da alcuni dei migliori bartender internazionali, suddivisi in due distinti bar. Il Retro bar, come suggerisce il nome, richiama i drink che hanno fatto la storia della miscelazione eseguendo twist dal sapore nostalgico. Il Future bar, invece, è un'esperienza orientata verso combinazioni e tecniche molto innovative, partendo dal passato e proiettandosi verso il futuro. Una guida cartacea elenca tutti i bar della capitale che aderiscono all'evento, completi di descrizione del cocktail proposto. Indossare il badge dà il diritto inoltre a un vantaggioso prezzo per i cocktail dei locali aderenti all'iniziativa, spingendo così il semplice curioso o non addetto ai lavori a scoprire nuovi bar e avvicinarsi alla cocktail culture.

Socializzare è sempre stato uno dei “leitmotif” della LCW e il Cocktail Village è forse l'esempio migliore, con il suo



spirito festoso che unisce i variopinti e stravaganti stand di brand e bar della città. Quest'anno erano presenti ben 38 bar. Tra questi due hanno degnamente rappresentato la tradizione italiana liquoristica e l'arte del buon bere. Luxardo è

stato protagonista, insieme ad Angostura, alla "Departure Lounge" allestita dal London Cocktail Club. Un interessante e piacevole seminario è stato condotto da Roberto Bava, produttore del Vermouth Cocchi, e dal "cocktail historian" Jared Brown,

in rappresentanza di Sipsmith Gin di cui è co-proprietario. Il tasting dei prodotti della linea Cocchi è stato focalizzato su diverse versioni del Negroni con base Sipsmith Gin.

Ciò che completa questa kermesse

di eventi 100% londinesi è la cerimonia dei World's 50 Best Bar, svoltasi il 6 ottobre a Christ Church, a pochi passi dal Cocktail Village, che ha visto trionfare il Dead Rabbit di New York dopo 4 anni consecutivi di vittorie dell'Artesian di Londra. A rappresentare la qualità e stile del bartending italiano ci hanno pensato i ragazzi del Jerry Thomas Project di Roma, posizionatisi al 33° posto, e Dario Comini del Nottingham Forest, piazzatosi al 38° posto.

Frenetico il ritmo vissuto tra seminari, degustazioni e visite ai bar della città che in pochi anni è riuscita a creare un evento dinamico, capace di attirare un numero sempre maggiore di professionisti e anche semplici curiosi, confermando l'importanza che la scena della bar industry londinese detiene a livello internazionale. L'appuntamento è perciò per la prossima edizione che, senza dubbio, sarà ancor più spettacolare e coinvolgente.

**Luca Rapetti**

*Per l'Italia, i ragazzi del Jerry Thomas Project di Roma (33° posto) e Dario Comini del Nottingham Forest (38°)*

---

“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](https://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...

# SHOWRUM

## Format più ricco per la kermesse di Isla de Rum Con la Guida ai Migliori Rum Bar d'Italia

DI FABIO BACCHI

**L**eonardo Pinto & Isla de Rum insieme con SDI Eventi hanno deciso di dare un nuovo volto al salone italiano del Rum & Cachaca che si conferma l'unico evento di prestigio e che insieme al Paris Rhum Festival rappresenta il più importante RumShow del bacino mediterraneo. È l'unica kermesse che attira consumatori e operatori di settore accomunati da un'unica passione per il figlio della canna da zucchero.

ShowRum quest'anno era molto più elegante, con la classe che solo un grande hotel può dare. L'A-Roma Hotel è divenuta la nuova sede dell'evento giunto alla sua quarta edizione precedentemente sempre ospitata nel Salone delle Fontane a Roma EUR e si presume, lo auspichiamo, che lo rimarrà anche nelle future edizioni. Il pubblico ha molto apprezzato questo cambiamento. Gli spazi della nuova sede hanno infatti dato una nuova forma all'evento. Un grande palco ben illuminato sul quale si sono svolte le premiazioni dei Rum in concorso, la temporary bar lounge nella

quale si sono alternati alcuni bar italiani frequentatissimi dal pubblico, il salone che garantiva il dinamico flusso dei visitatori che si aggiravano tra gli stand nei quali erano presenti alcuni dei nomi più noti della Rum industry mondiale: Richard Searle di FourSquare, John Barrett di Bristol Classic Rum, Alex Mouzoris di Don Q, Gregory Echhoff di Mezan, Ian Burrell, Silvano Samaroli e la delegazione di Ron de Venezuela DOC con l'immancabile Nestor Ortega, Mastro Ronero di Santa Teresa Ron.

Altra novità di quest'anno era la cocktail week che ha visto coinvolti 13 bar della capitale che ospitavano una serata dedicata a un singolo brand. Nei bar interessati, Banana Republic, Porto Fluviale, Chorus, Madeleine, Niji, Freni & Frizioni, Meccanismo, Pimm's Good, Scuderie del Colle, Caffè Propaganda, Club Derriere, Co.So, Spirito, il pubblico era munito di un passaporto, 2.500 distribuiti, sul quale è stato registrato il passaggio. Esperimento ben riuscito che ha portato l'evento fuori dalla sua





sede e coinvolto la città. Presente Green engineering, leader negli impianti di distillazione e Venchi con i suoi cioccolati.

Gli appuntamenti educational di

ShowRum sono stati 15 e hanno fatto registrare il tutto esaurito tra consumer e addetti ai lavori confermando che il pubblico ha recepito e apprezza la vo-



cazione della rassegna nel suo scopo di formazione e divulgazione della cultura del Rum. La ShowRum Tasting Competition, che si svolge tutti gli anni per

l'occasione è l'unica spirit competition al mondo in cui i prodotti vengono divisi per tipologia di alambicco, per invecchiamento e per tipologia di materia prima. È

inoltre l'unica blind tasting competition a livello mondiale in cui viene premiato un solo prodotto per ciascuna categoria: il Best in Class. Questo format ha reso la S.T.C. una delle premiazioni più in vista del settore a livello internazionale.

I Rum e Cachaca in concorso tra loro erano ben 81 referenze e tra conferme e novità non sono mancate piacevoli sorprese tradotte in risultati inaspettati. I Ron panamensi sono andati molto bene a conferma della qualità che hanno raggiunto. Infatti sono stati ben 3 i premi conquistati dalla private label di Savio, Malecon Ron, e 1 da Abuelo con il suo Centuria. Ottimi il Real McCoy 5yo di Ri-



## SHOWRUM TASTING COMPETITION 2016 JUDGING PANEL

**FABIO BACCHI**  
BarTales Magazine

**PHILIP ILI BARRAKE**  
Cigar sommelier and spirits expert

**PATRIZIA BERETTA**  
Spirits and liquor taster

**MASSIMO D'ADDEZIO**  
Bartender

**MARCO GRAZIANO**  
Le Vie del Rum

**ALBERTO LUPINI**  
Italia A Tavola

**CRISTIANO MAZZANTI**  
Bartender

**SILVANO SAMAROLI**  
Spirits Expert

## 2016 GUEST JUDGES

GIORGIA FRANCAZZI  
GIAMPIERO FRANCESCA  
NIGEL SADE  
SARAH WILKINSON

SHOWRUM  
ITALIAN RUM FESTIVAL



## BEST IN CLASS

COLUMN STILL WHITE	--->	Malecon Extra Seco
COLUMN STILL 1-3	--->	Malecon 3 anni
COLUMN STILL 4-7	--->	DonQ Anejo
COLUMN STILL 8-15	--->	Roble Viejo Extra Anejo
COLUMN STILL >15	--->	Malecon Selección Esplendida 1987
COLUM STILL NO AGE DECLARED	--->	Abuelo Centuria
SOLERA 1-8	--->	Ron Cihuatlan 8 Solera
SOLERA 8-15	--->	La Hechicera
SOLERA >15 (EX AEUO)	--->	Botran Solera 18 Santa Teresa 1796 Antiguo de Solera
POT STILL & BLENDED WHITE	--->	J.Wray Silver
POT STILL & BLENDED 1-3	--->	J.Wray Gold
POT STILL & BLENDED 4-7	--->	The Real McCoy 5
POT STILL & BLENDED 8-15	--->	Appleton Estate 12
POT STILL & BLENDED >15	--->	Appleton Estate 21
POT STILL & BLENDED NO AGE DECLARED	--->	Appleton Estate Reserve Blend
AGRICOLE STYLE WHITE	--->	Trois Rivières Mojito
AGRICOLE STYLE 1-3	--->	Trois Rivières Ambre'
AGRICOLE 4-6	--->	Trois Rivières VSOP
AGRICOLE >6	--->	Trois Rivières Triple Millesimé
CACACHA WHITE	--->	Cachaca Leblon
CACACHA AGED	--->	Cachaca Magnifica Reserva Solera
OVERPROOF WHITE / AGED	--->	Wray & Nephew White Overproof
SPICED/FLAVOURED	--->	Ron Agüero Caramelo
SPICED/FLAVOURED AGED	--->	Plantation Pineapple
INDEPENDENT BOTTLERS 8-15	--->	Mezan Guyana 2005
INDEPENDENT BOTTLERS NO AGE DECLARED	--->	Mezan XO
BEST PACKAGING	--->	Appleton Estate 21

## I BAR PREMIATI DALLA GUIDA AI MIGLIORI RUM BAR D'ITALIA

**ANTIQUARIO** (Napoli)  
**FRENI E FRIZIONI** (Roma)  
**JERRY THOMAS SPEAKEASY** (Roma)  
**QUANTO BASTA** (Lecce)  
**BAR DEL PORTICO DI BORGO EGNATIA** (Fasano)  
**1930** (Milano)  
**FRECCIA BAR** (Piumazzo)  
**FRANKLIN '33** (Lucca)  
**THE DUKE** ( Isola La Maddalena)  
**LES ROUGES** (Genova)  
**300MILA LOUNGE** (Lecce)  
**GAMBRINUS** (Gravina di Puglia- BA)  
**ARTEMISIA CAFFE'** (Bitonto)  
**KATIUSCIA PEOPLE & DRINK** (Giovinazzo-BA)  
**MONNALISA CAFFE'** (Ostuni- BR)  
**CAFFE' 19.26** (Firenze)  
**NU LOUNGE BAR** (Bologna)  
**SENSO FARM** (Metaponto- MT)



chard Searle, gli indipendenti Mezan, il superlativo Santa Teresa 1796 e Trois Rivieres mattatore tra gli agricole.

Altra novità di quest'anno è stata la presentazione in anteprima della Guida ai Migliori Rum Bar d'Italia promossa da Isla de Rum che uscirà ufficialmente nel 2017. Obiettivo, promuovere i locali italiani che rispettano tre canoni importanti: una proposta Rum completa (che tenga conto delle varie sfumature di questo distillato), servizio professionale e personale formato in grado di guidare i consumatori nella

scelta. Diciotto i bar italiani premiati quest'anno.

È evidente che il Rum continui a vivere un momento importante: si trova nello stesso momento in cui si trovò il Whisky negli anni '70-'80, ma grazie alla nuova era della comunicazione può compiere in 10 anni quello che il distillato di cereali ha compiuto in 40.

Gli analisti di mercato indicano nelle referenze di alta gamma e con una più alta marginalità i trend in crescita, una nuova attenzione sui Rum bianchi da parte del bartending, una presenza massiccia ed elegante nell'alta ristorazione. Duemila ingressi nella domenica, ottocento nel trade day del lunedì sono il suggello a una manifestazione perfettamente riuscita.

**Fabio Bacchi**

*In anteprima,  
quest'anno, la  
presentazione  
della Guida ai  
Migliori Rum  
Bar d'Italia che  
uscirà nel 2017*



VILLE SULL'ARNO  
FIRENZE

iguarnieri



Casa Fondata nell'Anno 1612  
Firenze



# 110 E LODE

FIRENZE, 7 NOVEMBRE 2016



ABSOLUT ELYX

THE HOUSE OF  
ANGOSTURA  
EST. 1824

Antica  
SAMBUCA  
CLASSIC

APPLETON ESTATE  
ESTABLISHED IN THE HEART OF DENMARK

BELUGA  
NOBLE RUSSIAN VODKA

BONAVENTURA  
MASCHIO

BOTRAN

BRANCA

CAMPARI

CAMPARI  
ACADEMY  
SPIRITS & WINE  
MANAGEMENT

COMPAGNIA  
DE CARAIBI

CARPENÈ MALVOLTI  
FONDATA NEL 1866

CASAMIGOS  
Tequila

GREY GOOSE  
VODKA

HENDRICK'S  
ESTABLISHED BY FREDERICK HENDRICK  
GIN

LUCANO  
ESTABLISHED IN 1894  
CAMPARI

MARTINI

MONIN

B.º NARDINI  
DISTILLERIA AVAPORE  
dal 1779

Perrier

PAGO

PLANTATION  
RUM

PLYMOUTH GIN  
ESTABLISHED IN 1793

GRUPPO  
SANPELLEGRINO

Explore  
Spirits

TASSONI

Tito's  
Handmade  
VODKA  
ESTABLISHED IN 1898

Trois  
Rivières  
FRENCH PLANTATION RHUM

UOLARE  
LIQUORI PER COCKTAILS

WOODFORD RESERVE

Almafruits

Luigi Bormioli  
ITALY

ora

Oster

Ricola



Danilo Bellucci Comunicazione

BEVI RESPONSABILMENTE

# 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



#SherryRevolution

# LA CARICA DEGLI ULTRASUONI

## Infusioni rapide con l'uso del sonicatore

DI GIOVANNI CECCARELLI

I settore della miscelazione sta vivendo un forte periodo di rinnovamento, sperimentando tecniche di lavorazione degli ingredienti sempre più evolute, al fine di offrire un prodotto migliore al consumatore. In questo momento, una delle tecniche che desta più curiosità, è l'uso degli *ultrasuoni* perché offre diverse possibilità: questi ultimi possono essere utilizzati per realizzare delle infusioni in alcool o acqua, per simulare il processo di invecchiamento dei distillati, per rendere più omogenei succhi e puree di frutta e per disperdere solidi all'interno di liquidi, come per esempio degli addensanti.

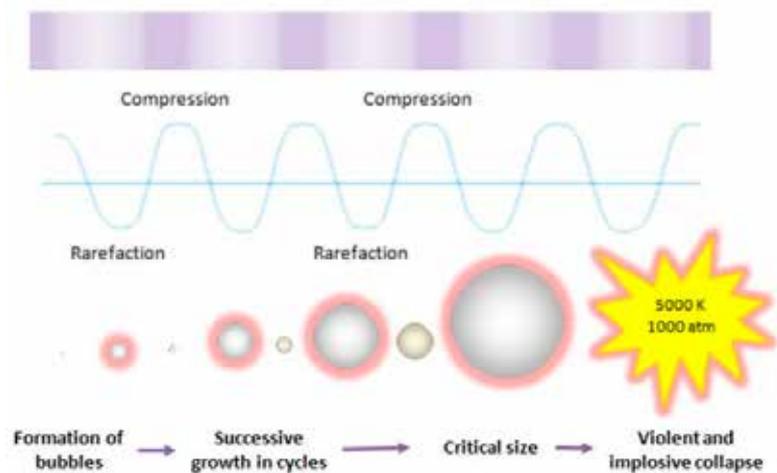
Gli ultrasuoni sono delle onde meccaniche sonore con frequenza superiore a 20kHz, non udibili dall'orecchio umano. Nell'industria alimentare possono essere utilizzati due tipi di ultrasuoni: quelli a bassa energia, con frequenza superiore a 100kHz e intensità inferiore a 1W/cm<sup>2</sup> e quelli ad alta energia, con frequenza compresa tra i 20 e i 100kHz e intensità superiore a 1W/cm<sup>2</sup>. I primi sono

utilizzati, in maniera non distruttiva, per controlli di qualità e sicurezza durante i processi di lavorazione degli alimenti, mentre quelli ad alta energia hanno la capacità di alterare le proprietà fisiche, chimiche e organolettiche degli alimenti. L'emissione di questi ultrasuoni all'interno di un liquido genera un fenomeno chiamato *cavitazione*. Immaginate l'ultrasuono come un'onda in grado di causare, in maniera ciclica, un aumento e una diminuzione di pressione all'interno del liquido; nella fase in cui la pressione diminuisce (espansione) si creano delle bolle all'interno del liquido ma, nella fase di compressione, non è detto che le bolle riescano a ricompimersi completamente. Se questo non accade, nei successivi cicli di espansione, la bolla aumenta le sue dimensioni, fino a diventare instabile e collassare su se stessa. Quando la bolla collassa si verifica la cavitazione: in questa particolare situazione la pressione raggiunge anche le 1.000 atmosfere e la temperatura raggiunge i 5.000° C, generando un'onda



d'urto e una turbolenza altamente distruttive. Le bolle di cavitazione si formano, generalmente, in prossimità di particelle di solido disperse nel liquido: per questo motivo, come vedremo in seguito, gli ultrasuoni possono essere utilizzati per tutte le applicazioni elencate all'inizio.

Lo strumento che si utilizza per generare gli ultrasuoni è l'*omogeneizzatore ad ultrasuoni*, chiamato anche *sonicator*. Questo strumento è composto da un generatore, un convertitore e una sonda. Alcuni modelli prevedono anche una camera stagna per attutire il rumore generato durante l'implosione delle bolle (gli ultrasuoni non li sentiamo). Il generatore trasforma la frequenza della corrente elettrica di rete da 50Hz a 20kHz, mentre il convertitore, grazie a dei materiali piezoelettrici, riesce a trasformare questa energia elettrica ad alta frequenza in *vibrazioni meccaniche*. Queste vibrazioni (ultrasuoni) sono successivamente irradiate dalla sonda nel liquido che si vuole trattare. Il principio di funzionamento è



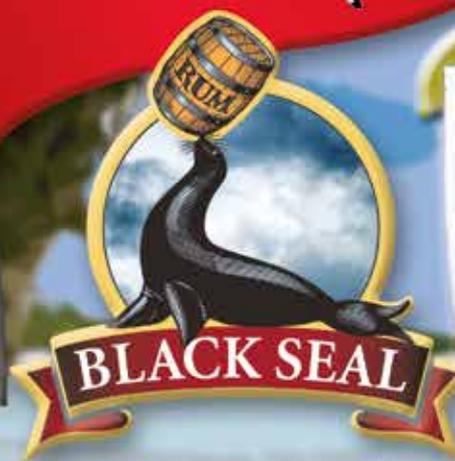
simile a quello di un altoparlante, solo che qua vengono generate onde con frequenza molto superiore.

L'utilizzo di questo strumento per realizzare delle infusioni in alcool o acqua, permette di ridurre i tempi di estrazione, di aumentare la quantità di sostanze estratte e di far avvenire il processo a basse temperature. Ciò che accade è facile da intuire: la cavitazione favorisce l'ingresso del solvente all'interno della materia prima da cui estrarre (es. alcool e foglie di menta essiccate) aumentan-

# Gosling's Rums

BERMUDA SINCE 1806

## DARK 'n STORMY



## BERMUDA'S NATIONAL COCKTAIL

distributed by

**PALLINI**

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

BEVI RESPONSABILMENTE



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

[www.no3gin.com](http://www.no3gin.com)  
Enjoy responsibly



## THE KEY TO A TASTE OF TRADITION

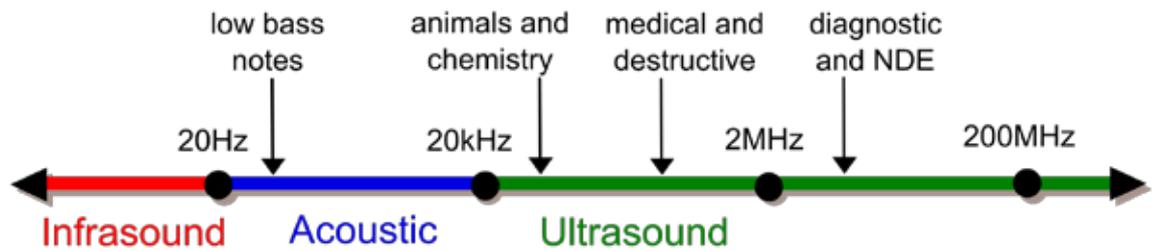
Just 3 fruits, 3 spices and 3 centuries of expertise: that is all we deem essential to the traditional flavour of London Dry Gin.

**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)



do il trasferimento di materia all'interfaccia liquido-solido e distrugge le pareti cellulari facendo fuoriuscire il materiale all'interno delle cellule. Ridurre i tempi di estrazione è sicuramente un vantaggio in termini economici: si passa da alcuni giorni di macerazione classica, a pochi minuti. Inoltre diversi studi hanno verificato che, a fronte di questa sensibile riduzione dei tempi, aumenta la frazione di sostanze estratte, riducendo la quantità necessaria e, ancora una volta, i costi. Si pensi, per esempio, allo zafferano che costa migliaia di euro al kg.

Per quanto riguarda la temperatura, è vero che la bolla di cavitazione raggiunge temperature enormi (pari alla superficie del sole) ma il liquido circostante è molto più freddo e di massa molto superiore (una bolla di cavitazione è 170 micron), pertanto il raffreddamento è istantaneo. Se si utilizza correttamente questa tecnologia, l'aumento di temperatura è trascurabile e ci sarà un maggior rispetto delle sostanze labili.

Per quanto riguarda l'invecchiamento, così come viene proposta da un famoso produttore di sonicatori, non è altro che un'estrazione dove la materia prima utilizzata è legno adatto all'invecchiamento, per esempio il rovere. Per quanto riguarda i succhi e le puree di frutta, gli ultrasuoni li rendono più omogenei e saporiti, andando a ridurre le dimensioni delle componenti solide della frutta frullata o del succo spremuto, ed inol-



tre, rompendo le cellule, favoriscono la fuoriuscita di zuccheri e componenti aromatiche. È molto importante utilizzare succhi freddi per limitare ulteriormente l'aumento di temperatura.

Concludendo, possedere uno strumento del genere, che può costare anche migliaia di euro, non deve essere uno status symbol. Deve essere acquistato per le possibilità e i vantaggi che può offrire, sempre pensando al miglior prodotto che si può servire al cliente. Per completezza di informazioni, in questo articolo non sono state prese in considerazione le applicazioni legate alla cucina, come la produzione di emulsioni stabili (es. vinaigrette) o trattamento di carne e vegetali destinati alla cottura.

**Giovanni Ceccarelli**

# 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)*





# L'ALTRA METÀ DEL BAR

Compie 20 anni il format di Danilo Bellucci. Vince Ilaria Bello

DI FRANCESCO CIONE

**C**on l'edizione 2016 Lady Drink ha tagliato il traguardo delle venti candeline. Venti anni sono un percorso prestigioso per un evento che è stato pilota nel suo genere, che ha dato un notevole impulso alla

figura del bartending femminile in Italia e che annovera la partecipazione di due generazioni di ragazze, oggi affermate professioniste.

Danilo Bellucci, organizzatore di eventi ed ideatore del concorso ha fatto di



questo appuntamento un punto di riferimento della mixology al femminile. La crescita della manifestazione è andata di pari passo con la presenza sempre più numerosa delle professioniste dello shaker dietro ai banchi bar dei locali più

trendy e prestigiosi d'Italia. Professionali, tecnicamente preparate, innovative e simpatiche le barlady hanno saputo conquistare un ruolo in un mondo quasi interamente declinato al maschile.

L'evento si è svolto nell'Hotel Excel-



sior Palace di Rapallo, una delle strutture dell'ospitalità più prestigiose d'Italia. Le concorrenti erano suddivise nelle categorie "Family" (con l'obbligo di utilizzare nelle ricette Jack Daniel's Whiskey nelle sue varie declinazioni) e "Open" nella quale vi era più libertà di scelta tra gli spirit.

Due le giurie che esaminavano le concorrenti. La giuria di degustazione era composta dalla blogger svedese Helena Tiare Olsen, e dalle barlady internazionali Elizaveta Evdokimova e Laura Marnich. Giudice tecnico Francesco Cione, bar manager dell'Octavius Bar del The Stage di Milano. Così come nel 2015, la manifestazione è stata presentata da Gianni Merenda di YouEvents.

Entrando nel dettaglio dei risultati, la categoria "Family" ha visto la vittoria di Micaela Contini del Rocce di Pinamare di Andora, con la sua ricetta "Spycy Experience". Nella categoria "Open" ha trionfato Ilaria Bello del Talea di Tor Vaianica,

Roma, che ha presentato il drink "Un caffè corretto al banco... grazie".

Come da prassi ormai consolidata il concorso non è terminato con questa proclamazione. Infatti, le vincitrici delle due differenti categorie si sono confrontate nella finalissima per decidere chi di loro poteva fregiarsi del titolo di Lady Drink 2016.

A prevalere è stata Ilaria Bello, che ha ripresentato il suo drink ottenendo le preferenze della giuria. «Sono molto felice perché è una vittoria inaspettata – ha spiegato la vincitrice –. Tra l'altro ho iniziato il lavoro dietro al banco bar solo da un anno e devo dire che questo risultato mi dà un ulteriore spinta per continuare questa professione». È così calato il sipario anche quest'anno su un evento che imperturbabile attraversa mode e tendenze continuando a esercitare un grande richiamo sull'altra metà del bar.

**Francesco Cione**



Distribuito da Pellegrini S.p.A.

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

 Pellegrini Spa

Bevi responsabilmente

# UN MONDO DI GIN

## AARON KNOLL- GIN. ARTE, MESTIERE E NUOVA SAPIENZA IN 300 DISTILLAZIONI

Giunti Editore- 220 pag. euro 25,00

**N**on ci sono tanti libri sul Gin scritti in italiano, di validi ancora meno. Aaron Knoll introduce il lettore alla conoscenza della nuova Gin Craze che ha conquistato tutto il mondo. Il testo parla dell'artigianalità che è alla base delle nuove produzioni, la storia del distillato e la trasformazione che ha subito negli ultimi anni.

Nuovi prodotti appaiono sul mercato a ritmo incessante e il testo accompagna il lettore, appassionato o addetto ai lavori, dal Rinascimento farmaceutico ai vicoli di Londra dove sono locate piccole distillerie artigiane, ai cocktail bar di tutto il mondo dove il Gin regna in miscelazione.

Un approfondimento interessante è quello che riguarda le nuove categorie emergenti contestualizzandole con quelle classiche. Non mancano i profili dei produttori e consigli sul suo utilizzo in cinquanta ricette classiche e innovative. "Gin" è sicuramente uno dei testi più aggiornati sul distillato del momento. I profili dei brand esaminati sono infatti ben trecento e le 220 pagine sono corredate di foto molto belle delle distillerie, delle bottiglie e dei processi di produzione, molto ben trattati gli elementi botanici. Anche le tonic water trovano ampio spazio compresi i tonic syrup.

L'autore completa il testo con delle



sue personali preferenze citando una personale classifica dei suoi Gin preferiti nei quali spicca la presenza di ben quattro brand made in USA, e una lista dei 100 migliori bar al mondo dove bere Gin nella quale sono inclusi due bar italiani. Il titolo originale dell'opera è "Gin. The Art and Craft of the Artisan Revival in 300 Distillations".

L'edizione italiana è stata curata nella traduzione da Stefania de Franco e nella parte tecnica da Gabriella Baiguera.

**Alessandro Palanca**



# FINEST CALL PREMIUM COCKTAIL MIXES

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL

## Ingredienti:

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

## Packaging Patentato:

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

## Processo Produttivo:

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

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



Bar  
Essentials



Puree  
Collection



Specialty  
Cocktails

"Scopri la gamma completa sul sito  
[www.onestigroup.com](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)"





# 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