

# BarTales

ANNO IV | N. 9 | MAGGIO 2017

*Face to face*  
**LE SFIDE  
DI MRS COCKTAIL**

*Cocktail story*  
**UN CORDIAL DÉCO**

*Zoom*  
**BOLLICINE  
A CONFRONTO**



**REPORT / TOTC ON TOUR**

# TAPPA A EDIMBURGO

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida  
CITY OF SCOTCH
- 6** **News DAL MONDO**
- 8** **Face to Face** di Melania Guida  
LE SFIDE DI MRS COCKTAIL
- 12** **Report/1** di Fabio Bacchi  
TAPPA A EDIMBURGO
- 32** **Report/2** di Mario Farulla  
IL MEGLIO DI DUBAI
- 38** **Cocktail Story/1** di Gianni Zottola  
L'AGUARDIENTE DEL DRAGO (3)
- 46** **Cocktail Story/2** di Katerin Alejandra D'Alfonso  
UN CORDIAL DÉCO
- 54** **Liquid Story** di Luca Rapetti  
VINO&COCA
- 69** **Hot Spirit** di Eugenio Macchia  
LATTE DI LEONE
- 80** **How to Mix** di Giovanni Ceccarelli  
PROFUMO DI LAVANDA
- 84** **Zoom/1** di Giulia Arselli  
È NATO L'ISTITUTO DEL VERMOUTH DI TORINO
- 88** **Zoom/2** di Valentina Rizzi  
BOLLICINE A CONFRONTO
- 96** **Book corner** di Alessandro Palanca  
DRINK&CUCINA



**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, Katerin Alejandra D'Alfonso, Mario Farulla, Alessandro Palanca, Luca Rapetti, Valentina Rizzi, Gianni Zottola**

**EDIZIONE WEB A CURA DI**

**SkillLab srl**

(consulenza@s-lab.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**

JUST BORN IN 2016  
AND ALREADY A MULTI-AWARD  
WINNING RUM.



# Rum Malecon

RARE PROOF

MALECON RARE PROOF RUM...  
AS STRONG AS  
A GENTLEMAN!

*Dedicated to the true lovers of the full proof...  
A brand-new family at the right high proof,  
with a strong but balanced alcoholic volume!*



DRINK RESPONSIBLY!

— OUR COMPLETE RANGE: —  
Aged 13 years - 50.5% alc. vol.  
Aged 18 years - 51.7% alc. vol.  
Aged 20 years - 48.4% alc. vol.

SAVIO s.r.l. - Châtillon (AO) - Italy - Tel. + 39 0166 56 03 11 - info@saviotrading.it - www.saviotrading.it

**SAVIO**  
CHOOSE. TASTE. ENJOY.

# VARNELLI

dal 1868

SHALL  
WE MIX?



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

BEVI RESPONSABILMENTE

# CITY OF SCOTCH

**H**a un fascino speciale Edimburgo. E non solo per l'Old Town con le stradine che si attorcigliano e i vicoli abbarbicati sul costone di roccia che domina la New Town settecentesca. Non solo per l'anima gotica che respira a ogni passo e per quel Royal Mile che sembra sbalzato fuori dalle pagine nebbiose del miglior Stevenson. Edimburgo è la capitale della Scozia, quindi dello Scotch. Puoi perderti per ore, nelle migliori *cave* del centro, a contemplare etichette rarissime, bottiglie introvabili, gioielli conservati come reliquie e che valgono come un Perù. Indugiare in *taste* raffinatissimi e scoprire, una volta di più, che il Whisky è un mondo ogni volta sorprendente e capace di emozionare intensamente. A Edimburgo abbiamo dedicato la copertina perché la capitale, riconosciuta seconda città del Regno Unito, dopo Londra, per l'importanza della *cocktail culture*, è il *fil rouge* di questo numero. Perché nel cuore georgiano della città nuova abbiamo incontrato Ann Tuernerman, la signora del cocktail (*a pag. 8*), fiera di aver traghettato oltreoceano il suo *Tales of The Cocktail On Tour*, versione itinerante della celebre kermesse di New Orleans, che dopo la prima tappa europea speriamo raggiunga Milano. Perché Edimburgo ci ha stregati con la moltitudine dei suoi bar inimitabili, l'atmosfera briosa e *friendly*, perfetta per quella riunione di famiglia, come è TOTC, che una o due volte all'anno sa condensare al meglio amicizia, cultura e ospitalità: i valori più sani dell'autentico bartending. E perché è proprio a Edimburgo che Cordial Medoc (*a pag. 46*), l'antico tonico che Jourde, un geniale liquorista di Bordeaux aveva inventato nel 1857, conobbe distribuzione internazionale. Anche attraverso una storica pubblicità sulle pagine del leggendario *Scotsman*. Of course.



## FLORENCE COCKTAIL WEEK

Torna a Firenze da lunedì 1 a domenica 7 Maggio 2017 la seconda edizione di Florence Cocktail Week. Un'intera settimana dedicata alla miscelazione "made in Florence" ideata e organizzata da Paola Mencarelli e Lorenzo Nigro. Sedici bartender di caffè storici, bar di lussuosi alberghi e locali di tendenza fiorentini daranno libero sfogo nei rispettivi locali alla propria creatività, con un Signature Cocktail ciascuno e una Cocktail List studiata ad hoc per l'intera settimana, a un prezzo speciale. Sulla scia del successo della prima edizione, il capoluogo toscano si conferma così anche per l'anno 2017 capitale della miscelazione internazionale.



### SAVIO SUPERSTAR

I Rum brand del gruppo Savio di Chatillon (AO) continuano a fare incetta di premi in tutte le spirit competition del mondo. Dopo l'exploit di Roma Showrum 2016 altri ori sono stati conquistati a Chicago. Malteco (Guatemala) Reserva del Fundador 20 Year Old Rum; Malecon (Panama) Seleccion Esplendida 1987 Rum e Malecon (Panama) Rare 13 Year Old Rum, hanno vinto 3 gold medal all'ultima edizione della spirit competition del Beverage Testing Institute di Chicago. Tutti i risultati su [www.tastings.com](http://www.tastings.com).

## UN COGNAC PER PIERRE FERRAND

La maison francese lancia sul mercato Pierre Ferrand Reserve Double Cask Cognac, nuovo spirito che nelle intenzioni rispecchia la golden age del Cognac. Double Cask è espressione di un doppio passaggio. Distillati tra i 7 e 10 anni maturati in botti di quercia francese riposano in zone umide e secche delle cantine. La miscela viene poi addizionata con uno spirito di 20 anni e passato in botti di Banyuls, vino francese prodotto nel sud della Francia sin dal XIII secolo. "Ricerca nel passato per leggere il futuro" è il motto di Alexandre Gabriel, proprietario e master blender di Pierre Ferrand



## FINALE WORLD CLASS

La finale italiana di DRWC 2017 si svolgerà a Roma il 22 maggio prossimo. Gli 8 finalisti sono stati selezionati dalla giuria itinerante di "In the bar judging" tra i 30 candidati prescelti nella fase preliminare. I trend dai quali le ricette dovevano trarre ispirazione erano: "Emotional", "Hi-Tech", "Into the unknown", "Choice" e "Sustainability", gli indicatori di un viaggio esperienziale ed emozionale alla ricerca del future drinking.



## NUOVE DISTILLERIE CRESCONO

Nel 2016 nel Regno Unito si sono registrate 45 nuove distillerie. La Wine and Spirit Trade Association (WSTA) registra un totale di 274 distillerie nel 2016 con un incremento del 135% dal 2010. L'Inghilterra con 118 impianti, la Scozia 131, il Galles 14 e l'Irlanda del Nord 11 sul totale. WSTA afferma che le distillerie contano di capitalizzare ulteriormente le loro opportunità in occasione della Brexit. "I prodotti tradizionali come Scotch, Gin e prodotti più recenti come il Whisky gallese e inglese, vivono un momento eccezionale in tutto il Regno Unito", ha affermato Miles Beale, chief executive della WSTA.

## RECORD FUTURISTA

Si svolgerà a Torino il 26 giugno la seconda edizione della cocktail competition "Miscelatore Futurista Record Nazionale" promossa da Giulio Cocchi insieme ad altri marchi storici della liquoristica italiana: Alpestre, Campari, Fabbri, Luxardo, Nardini, Pallini, Strega, Tassoni. Da quest'anno si unisce al progetto anche Vecchia Romagna. La finale della competizione decreterà la polibibita vincitrice e il nome del miscelatore a cui sarà affidato il compito di portare il verbo futurista a Londra, nel Quisibeve (bar) futurista, allestito in occasione della London Cocktail Week.





# LE SFIDE DI MRS COCKTAIL

A Edimburgo la prima tappa di *Tales Of the Cocktail On Tour*. Che in futuro potrebbe arrivare a Milano

DI MELANIA GUIDA



FOTO DI JENNIFER MITCHELL E MATTHEW NOEL

*Tales Of The Cocktail  
è il più grande  
drink event del mondo.  
Che la signora Tuennerman,  
fondatrice con il marito  
della kermesse, padroneggia  
alla perfezione*

**B**isognerà insistere un po', convincerla della bontà dell'impresa ma state certi che Ann, Ann Tuennermann, arriverà anche in Italia. Magari a Milano, magari tra qualche anno, il tempo di metter su la macchina organizzativa. «Adoro l'Italia – mi dice nell'intervallo tra un seminario e l'altro di *Tales Of The Cocktail on Tour* a Edimburgo, prima tappa europea del format collaudato quindici anni fa a New Orleans – aspetto solo che mi diano una mano, che gli italiani mi convincano». Assicurandole una collaborazione solida, un supporto efficiente

perché, *Tales*, il più grande *drink event* del mondo (senza scopo di lucro, impegnato a sostenere, promuovere e sviluppare l'industria del cocktail) è un congegno sofisticato e complesso che la signora Tuennerman, fondatrice insieme con il marito Paul della kermesse, padroneggia sfidando la perfezione. Chi è stato almeno una volta a New Orleans, lo sa bene. Ne avrebbe avuto ulteriore conferma vedendola girare per i saloni dell'Assembly Rooms di Edimburgo, con lo sguardo vigile, gentile con tutti e sempre col sorriso, a controllare (complice uno staff eccezionale, va detto)



che tutto filasse liscio, che tutto, fino agli ultimi dettagli, procedesse senza intoppo.

Seduta sul piccolo sgabello rimediato per l'intervista, Ann mi racconta gli esordi. Di quando, nel 2002, a New Orleans, mise in piedi la prima edizione di *Tales*. Parla piano, irradiando un'energia calda, positiva. «All'inizio eravamo in pochi. L'idea è nata girando per il bar della città: amo New Orleans (e il Sazerac, aggiungo) e la *cocktail culture* che da sempre esprime. Questa è stata la molla». Quando realizza che *TOTC* è ormai diventata una manifestazione di successo? «Nel 2006, ho cominciato a coinvolgere i primi brand importanti. Ma solo nel 2009, dopo la tragedia di Katrina, mi sono resa conto del successo globale grazie all'avvento dei social-media. Prima era come se fossimo in una bolla, sottovuoto».

Di strada ne ha fatta, di che cosa si sente particolarmente orgogliosa? «Di due cose, sostanzialmente. La prima: aver contribuito a restituire dignità alla figura del bartender. La seconda: aver creato, nel 2007, gli Spirited Awards, un riconoscimento mondiale per i migliori bar, i bartender, gli scrittori e gli esperti del settore. Una formula per celebrare l'industria che tutti amiamo e la rinascita del movimento cocktail». C'è qualcosa di cui si pente, Ann? «Sì. Quella di aver immaginato che la gente si potesse allegramente svegliare la

domenica mattina e partecipare ai seminari. Ecco, quello è stato un errore della macchina organizzativa» dice ridendo.

Sono trascorsi quindici anni dalla prima edizione di *Tales*. Se dovesse tracciare un bilancio? «Penso che tutto questo non sarebbe mai stato possibile fuori da New Orleans. *Tales* è profondamente legato a New Orleans. E questo perché la città ha una connotazione ben precisa con una *cocktail industry* significativa, importante».

Da qualche anno, la formula si è arricchita di un satellite importante: *On Tour*. «Abbiamo passato gli ultimi sei anni in giro per le Americhe: da Vancouver a Buenos Aires a Città del Messico. Quest'anno abbiamo attraversato lo stagno e portato il festival per la prima volta in Europa, a Edimburgo, in una delle città più storiche del mondo. Scegliamo accuratamente città dove gli eventi legati al mondo del cocktail sono pochi o addirittura inesistenti. È un modo per riunire il meglio dell'industria dell'ospitalità e condividere, in modo disinteressato, conoscenze e saggezza con un pubblico di appassionati, esperti e neofiti, che altrimenti resterebbe tagliato fuori». Da un osservatorio privilegiato come il suo, un consiglio da dare ai bartender? «Privilegiare sempre la dimensione dell'ospitalità. Mi spiego: non è importante tanto che un cocktail sia più o meno sofisticato, sorprendente, quanto la capacità di essere *friendly*, empatici nei confronti del cliente. Che è poi la cifra, lo spirito più autentico di *Tales*».

Previsioni di tendenza? «Punterei ancora sul Vermouth. Anche se già abbastanza attenzionato, sono convinta che non ha ancora espresso tutto il suo potenziale. E il Vermouth, mi piace ricordarlo, è un prodotto italiano».

**Melania Guida**

17 (B) 79

# B.<sup>L</sup>O NARDINI

## DISTILLERIA A VAPORE

BASSANO DEL GRAPPA - ITALIA

SELEZIONE BORTOLO NARDINI



## SPIRITO SORPRENDENTE, DAL 1779.

SCOPRI LE RISERVE: 3 ANNI, 7 ANNI, 15 ANNI, E LA NUOVA GRAPPA BIANCA "EXTRAFINA".

La massima espressione della capacità, maturata in oltre due secoli, di coniugare la tradizione con la continua evoluzione dell'arte distillatoria. Un percorso iniziato vent'anni fa, con la scelta delle grappe più morbide e

profumate custodite nelle nostre cantine. Distillati unici impreziositi da queste bottiglie, ispirate alla nostra sede, "Bolle" dell'architetto Massimiliano Fuksas, cuore pulsante della distilleria Nardini.

IN ESCLUSIVA PER IL CANALE HORECA - PRENOTAZIONI PER LA VENDITA DA MAGGIO

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

BEVI RESPONSABILMENTE



# TAPPA A EDIMBURGO

Parte dalla capitale dello Scotch il tour europeo di *Tales Of The Cocktail*

DI **FABIO BACCHI** FOTO DI **JENNIFER MITCHELL**

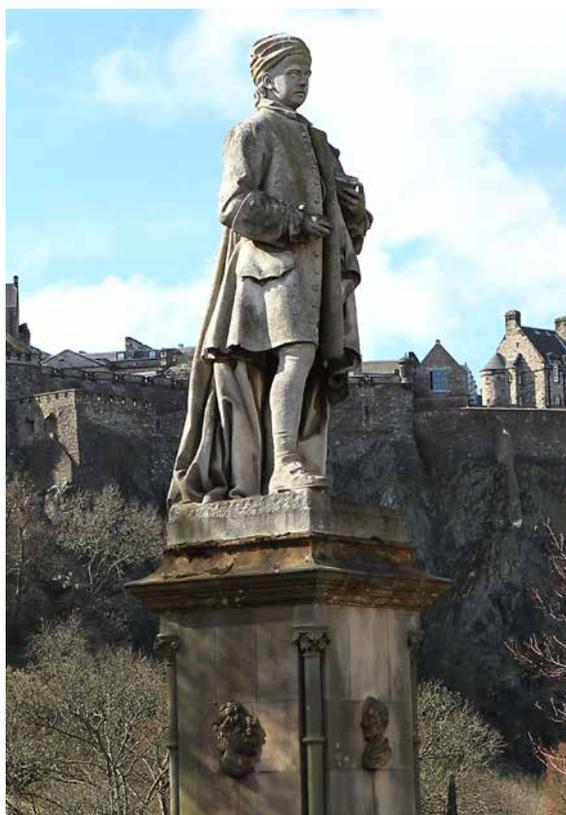
**T**ales Of The Cocktail sbarca in Europa. Dopo i bienni di Vancouver, Buenos Aires, e Città del Messico, *Tales Of The Cocktails On Tour*, la versione itinerante dell'ormai celebre kermesse mondiale, ideata da Ann Tuen-

nerman e dedicata alla bar & spirit industry, ha fatto tappa a Edimburgo dove si replicherà anche nel 2018. Con il suo fascino, la bellezza del suo centro storico, patrimonio universale dell'umanità, Edimburgo ha accolto gli aficionados di



**EVENTI**

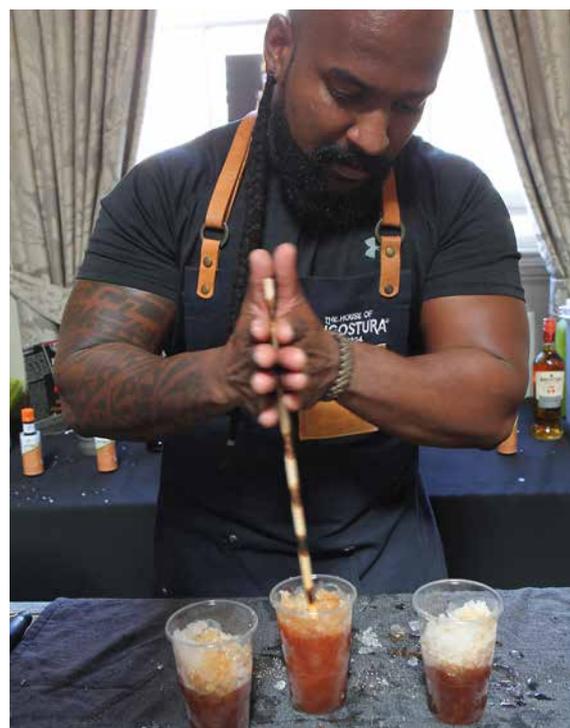
IN APERTURA  
LA LOCANDINA  
DI TALES OF  
THE COCKTAIL  
ON TOUR  
A SINISTRA  
UNO SCORCIO  
DI EDIMBURGO.





**SEMINARIO**

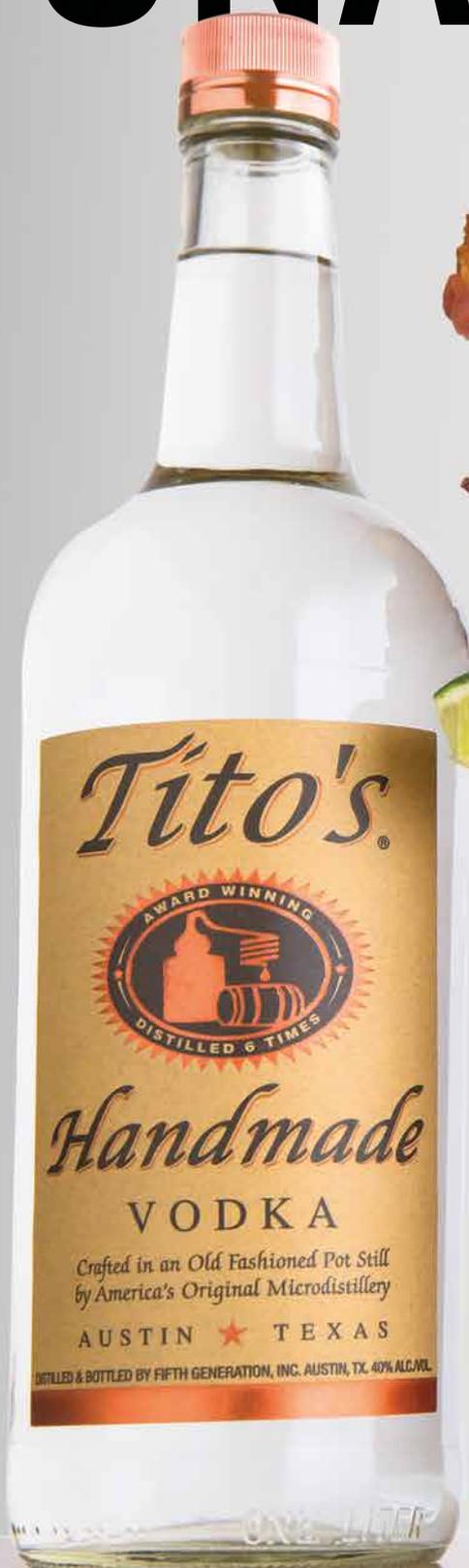
IN ALTO CHRIS HANNAH, CHRIS MCMILLIAN, PHIL GREENE. IN BASSO, ALCUNI MOMENTI DELLA KERMESSE. NELLA FOTO A DESTRA ANN TUENNERMANN E CHARLOTTE VOISEY E DI FIANCO DANIEL JONES.



Tales con molta clemenza meteorologica e il team di TOTC con la consueta disponibilità e convivialità. E' innegabile che TOTC abbia influenzato le carriere di molte persone della bar industry, offerto opportunità che hanno creato scenari grazie ai quali farsi conoscere. Ma, soprattutto, TOTC ha dimostrato ancora

una volta di essere una famiglia che si incontra almeno una volta all'anno, a volte due, una dimensione nella quale si esprimono al meglio i valori più belli del bartending: amicizia, scambio di esperienze, cultura, ospitalità. E Ann Tuennerman non poteva rimanere a lungo insensibile al fascino dell'Europa che

# “NON FARÀ DI TE UNA CATTIVA PERSONA.”



**TRANQUILLLO,  
NON SAREMO  
CERTAMENTE NOI A  
GIUDICARTI PER  
UN GARNISH  
“IMPEGNATIVO”**

**TitosVodka.com**



Distillato per essere assaporato responsabilmente.





chiamava New Orleans.

L'Assembly Rooms in George Street ha ospitato l'evento dedicando i suoi spazi ai seminari e alle tasting room che si sono alternate nel corso dell'evento.

Perchè Edimburgo? All'origine di questa scelta vi sono diverse connection con l'industry. Molte persone del settore hanno radici in questa città, il senso comunitario e di condivisione che gli scoz-



**SPEAKERS**

SOPRA UN MOMENTO DELLA KERMESSE CON AL TAVOLO DEI RELATORI: RYAN CHETTYWARDANA E JIM MEEHAN.

zesi riescono a esprimere in tutto ciò che li riguarda e coinvolge, l'eccellente lavoro e l'impatto svolto dai cocktail bar della città sulla bar scene internazionale, e non da ultimo il fatto di essere la capitale del Whisky. Grazie ai suoi rinomati bar, tutta la città è stata coinvolta da Tales. Tra questi ricordiamo il Bramble Bar, The Bon Vivant, Heads & Tales Gin Bar, Dragonfly, Under The Stairs, The

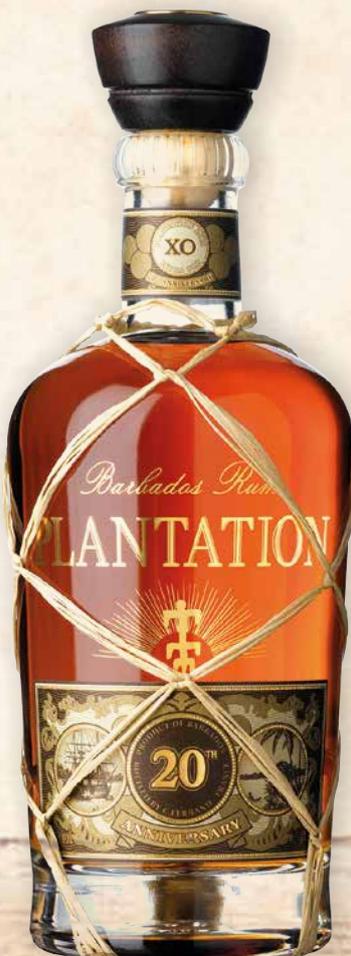
Caves, The Last Word Saloon, The Westroom. La prima giornata ha accolto i partecipanti con i party organizzati dalla Scotch Malt Whisky Society al Kaleidoscope Whisky Bar e da Southern Comfort che ha portato lo spirito di New Orleans all'Hoot The Redeemer di Edimburgo. The Scottish Flavours Makers è stato lo special event del 2 aprile dedicato ai produttori scozzesi. Tra questi erano



# PLANTATION

— RUM —

## LES GRANDS CRUS DU RHUM



I RUM PLANTATION SONO PIÙ BUONI SE CONSUMATI RESPONSABILMENTE

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



**CAPS TEAM**

I TRE RELATORI,  
DA SINISTRA:  
DAVIDE SEGAT,  
JACK MCGARRY,  
PETER  
VESTINOS.



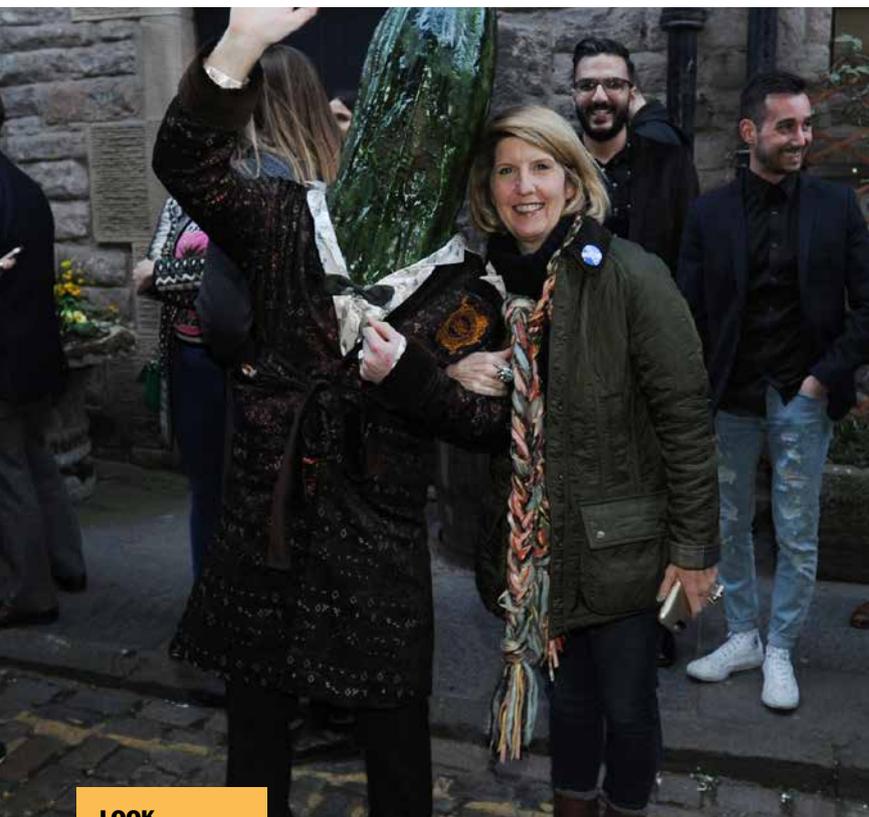


**GUESTS**  
 NELLA FOTO  
 SOPRA, DA  
 SINISTRA,  
 PHILIP DUFF,  
 ANN  
 TUENNERMANN  
 E IL TEAM DI  
 TALES.  
 IN BASSO A  
 SINISTRA IL  
 TEAM DI  
 COCKTAIL  
 KINGDOM E A  
 DESTRA  
 AGOSTINO  
 PERRONE.

molto presenti i produttori di Whisky e Gin maker.

Molto bello e generoso il progetto partito nel 2003 di The One Brand in collaborazione con One Foundation. Parte dei proventi ricavati dalla vendita di One Gin e Peter Spanton's No 9 tonic water vengono devoluti in progetti che assicurino acqua alle popolazioni più disagiate in Africa. In 14 anni One Foundation ha

devoluto 14 milioni di gbp e si prefigge di arrivare a 20 milioni nel 2020. Seppur in versione ridotta Tales ha mantenuto alto lo standard del suo progetto educational. Abbiamo detto "format ridotto" ma non certo nella qualità dei contenuti e spessore dei relatori. I 20 seminari previsti, tutti fully booked, hanno soddisfatto le aspettative. Tra questi alcuni di particolare interesse. In "New Orleans:



**LOOK**  
 QUI SOPRA,  
 CON UN LOOK  
 PARTICOLARE,  
 CHRIS  
 HANNAH.

The Cradle of Civilized Drinks” Chris Hannah, Phil Green e Chris Mc Millian hanno discusso della storia del cocktail a New Orleans; Charlotte Voisey, Jack McGarry, Peter Vestinos e Davide Segat hanno presentato “Nutmeg: The Seed That Spiced 1000 Sips” parlando dell’ influenza della noce moscata nella cocktail culture; Ryan Chetiyawardana e Dave Broom hanno argomentato di Scotch, così come Georgie Bell, Mike Aiman e Tom Walker in “Drambusters: Why



**MOMENTI**  
 QUI ACCANTO  
 JIM MEEHAN E  
 NELLA FOTO  
 SOPRA SIMONE  
 CAPORALE  
 (CON IL  
 VASSOIO).



Scotch Belongs in Cocktails” durante il quale hanno analizzato il Whisky nella storia del bere mix e nelle sue declinazioni più longeve. A nostro parere il più interessante e divertente è stato “Just Swizzle It: The Impact of Trinidad and Tobago’s native Cocktail” durante il quale Daniyel Jones, Summer- Jane Bell e Martin Cate di Smuggler’s Cove hanno parlato di drink tropicali e Tiki focalizzando sullo swizzle e l’influenza dei Caraibi nella cocktail culture. Jacob Briars, Tom



Walker e Naren Young hanno discusso di classic drink e di come creare un moderno classic in “Make your Mark: How to Create a Modern Classic”. Philip Duff e Dave Arnold hanno parlato del progetto

Liquid Intelligence.

In una interessante tavola rotonda moderata da Ally Martin di Hendrick’s Gin si è fatto un parallelo tra Londra, capitale del cocktail, ed Edimburgo che è

# THE SOUL OF AFRICA

*Distilled in the heart of England*



**WHITLEY NEILL**  
**HANDCRAFTED DRY GIN**

*The Essence of Discovery*



riconosciuta come la seconda città in UK per importanza della cocktail culture, cosa fare per mantenere questa immagine e incrementarla nel tentativo di eguagliare Londra. Caratteristica dei seminari di

Tales è la sfumatura ironica che i relatori riescono a incidere in ogni intervento. Sketch e battute si alternano a riflessioni, pareri e informazioni, riuscendo così a rendere più partecipativa e coinvolgen-

**Ian Burrell, World Rum Ambassador**



- Crisp Apple Reàl**  
*Made with premium Red, Golden and Granny Smith Apples grown in the United States*
- Piña Reàl**  
*Infused with premium pineapples from Costa Rica*
- Black Cherry Reàl**  
*Infused with premium Chilean Black Cherries*
- Blueberry Reàl**  
*Infused with premium Goldtraube Blueberries from the Pacific Northwest*
- Peach Reàl**  
*Infused with Elegant, Summer & Rich Lady Peaches*
- Mango Reàl**  
*Infused with Alfonso Mangoes from India*
- Raspberry Reàl**  
*Infused with Willamette and Glen Clova Raspberries from the Pacific Northwest*
- Coco Reàl**  
*Contains real coconut meat from hand-picked tropical Coconuts*
- Strawberry Reàl**  
*Infused with hand-picked Camorosa, Ventana and Albion Strawberries from California*
- Pumpkin Reàl**  
*Infused with premium pureed Pumpkin, the Jalisco region of Mexico and hints of cinnamon, ginger, nutmeg and clove*
- Agave Reàl**  
*100% organic blue Agave Nectar from the Jalisco region of Mexico*
- Ginger Reàl**  
*Infused with premium Laiwu Ginger puree*
- Passion Reàl**  
*Infused with premium Purple Passion Fruit from Vietnam*
- Kiwi Reàl**  
*Infused with premium Kiwi from New Zealand*



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

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A. - [WWW.ONESTIGROUP.COM](http://WWW.ONESTIGROUP.COM)  
 vendite@onestigroup.com





te la lezione. Molta miscelazione tra gli intervalli grazie alla forma del Dynamic Duo con la quale diverse coppie di bartender declinavano ricette con il brand del momento. A Tales On Tour Edinburgh 2017 non poteva mancare la presenza italiana. Luxardo aveva allestito un pop up cocktail bar molto frequentato, Peroni





ha presentato dei drinks a base di Peroni Ambra. Molto bello e coinvolgente il cocktail party di William Grant & Sons organizzato da Charlotte Volsey al The Caves. Last but not least una nota di merito per gli instancabili Cap's, i componenti del Cocktail Apprentice Program, senza dei quali Tales non potrebbe funzionare. Onnipresente ed instancabile la rassicurante figura di Ann Tuennerman che supervisionava ogni aspetto aprendo ogni seminario, osservando, annotan-

do, immaginando. Perché Tales Of The Cocktails sarà a luglio a New Orleans, ma Tales on Tour Edinburgh 2018 è già in preparazione.

**Fabio Bacchi**



# IL MEGLIO DI DUBAI

La *top five* dei bar  
della capitale del futuro

DI MARIO FARULLA

**P**er descrivere Dubai basta un aggettivo: esagerata. Dai grattacieli alti 800 metri ai centri commerciali con più di 600 negozi, dagli hotel 7 stelle fino alle piste artificiali dove sciare anche con 50 gradi all'esterno, Dubai concentra nell'iperbole la ricerca

di affermazione. Cresciuta in meno di 30 anni (prima la capitale dell'emirato omonimo era nota solo a qualche imprenditore straniero a caccia di business), Dubai ha bruciato i tempi per catturare l'attenzione della scena internazionale. Dopo aver realizzato che non poteva puntare

sul petrolio (il 92% dell'oro nero degli Emirati appartiene alla vicina Abu Dhabi) Dubai ha scelto di investire nei servizi, turismo e commercio. Da qui a trasformarsi nella Disneyland del Medio Oriente il passo è stato breve.

Sotto la superficie dorata, però, esiste un'altra Dubai. È la Dubai conservatrice e islamica, quella delle sontuose ma riservate moschee, del dishdasha, il tradizionale abito maschile lungo indossato da quasi tutti gli abitanti, dei famosi souq delle spezie (molto frequentati dai bartender) e del quartiere Bastakiah. Dubai è una città stato dove i dj smettono di suonare poco prima che inizi il canto del muezzin che richiama i fedeli alla preghiera, dove è vietato baciarsi in pubblico e mangiare per le strade (turisti compresi) durante il mese del Ramadan. Una città futuristica ma allo stesso tempo rigorosamente fedele al passato, una dimensione, questa, che per molti è il vero fascino di Dubai.

L'industria dell'ospitalità è incentrata su magnifiche strutture, servizio eccellente sotto ogni minimo dettaglio. Per ciò che riguarda la cocktail culture la qualità dell'offerta non è propriamente all'altezza di ciò che ci si potrebbe attendere. Se nella locale food & beverage e bar scene esistono brand consolidati da anni come ZUMA, La Petite Maison, Roberto's, che tuttavia risultano statici se li consideriamo per innovazione e ricerca, altri di più recente concezione contribuiscono a colmare questo gap grazie a nuove energie. Tra questi l'Hendrick's Bar, diretto da Marco Corallo, che ospitando guest bartender da tutto il mondo, riesce a calamitare nuove idee e tendenze sulla piazza del Medio Oriente. Il locale medio di Dubai, purtroppo, offre ben poco





# FINEST CALL PREMIUM COCKTAIL MIXES

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL



THE  
**ORIGINAL**  
STORE AND POUR PACKAGE

**American Beverage Marketers** Delivering the Ultimate Cocktail Experience

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

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A. - [WWW.ONESTIGROUP.COM](http://WWW.ONESTIGROUP.COM)  
[vendite@onestigroup.com](mailto:vendite@onestigroup.com)



**COCKTAIL**  
QUI SOPRA  
L'EAST  
CHINA SEA.  
A SINISTRA,  
IL RUBABU.  
IN BASSO, IL  
CIARDULLI  
GIANMARIA.



oltre ai soliti spirit & mixer, di certo non a buon prezzo, date le alte tasse di importazione, e il quasi totale monopolio di Stato, che un po' ipocritamente permette

la vendita di alcolici ai turisti in albergo, per aggirare la restrittiva legge islamica e dissetare il mondo arabo voglioso di festa e divertimento all'occidentale. Altra nota è la forza lavoro di settore. Chi si affaccia su questa città sperando di trovare un eldorado professionale, dimentichi immediatamente ogni chimera. Gli stipendi per la line staff sono decisamente più bassi della media europea e gli shift decisamente più lunghi. A Dubai si viene per fare esperienza, curriculum e vedere il bar sotto un panorama diverso, internazionale, incentrato sull'economia e sul benessere del cliente. I bassi salari portano ad avere prettamente personale asiatico e dell'est Europa, dato il cambio favorevole, spesso a discapito della qualità.

Oltre ai soliti ultra blasonati brand, negli ultimissimi anni si è assistito all'arrivo di nuovi prodotti. Ciò è stato favorito da una maggiore apertura verso l'occidente e da una clientela di nicchia che ha influenzato al rialzo la qualità e offerta dei drink.

La famosa crisi del 2009 ha però pesantemente intaccato anche la bar economy. Adesso il cliente medio è la



middle class europea, residente, che ha un buon potere di acquisto ma di certo non i petrodollari. Cliente esigente ma anche accondiscendente, al contrario

*Dubai  
è una città  
cosmopolita.  
Espande orizzonti  
aprendo la mente  
a nuovi punti  
di vista*

del “local” che di solito è molto pretenzioso, soprattutto sul servizio. Tuttavia, se soddisfatta, quest’ultima è una clientela che si presta a una fidelizzazione forte e sincera, quasi amicale, e alla quale l’ego dei bartender non è indifferente.

Da pochi anni sulla scena sono sorti anche degli speakeasy, decisamente diversi da quelli a cui siamo abituati ma con linee guida simili tra loro, dalla scelta musicale alla ricercatezza del drink. Sono bar frequentati quasi esclusivamente da “expat” in cerca di un sorso di casa. Il bar medio è quello d’albergo, con musica di sottofondo o

anche DJ ad animare la serata, drink per clienti mediorientali e discreta presenza femminile di accompagnamento.

Il grooming è importantissimo per farsi strada professionalmente e socialmente. Un aspetto curato è molto apprezzato, facilita le opportunità, e spesso è discriminante nei colloqui di lavoro. A Dubai dimenticatevi barbe da muezzin e vestiti sconci, nonostante la nuova apertura allo smart casual, la tipica madre di famiglia fa la spesa in tacco 12. La sicurezza nei bar e nelle strade è pressoché totale. Se si lasciasse un telefono sul bancone o in strada, l’unico motivo per non ritrovarlo, è che qualcuno lo abbia già portato alla polizia.

L’igiene è una parentesi importantissima. A Dubai il controllo alimenti è ferreo e non ci sono mezze misure. La Municipality potrebbe chiudere un locale per un singolo limone non disinfettato o una label errata, aspetti purtroppo molto tollerati per la gran parte dei bar italiani.

L’economy di un bar è un altro punto focale. Nulla si muove per caso, anche la più piccola realtà è studiata strategicamente per creare profitto con sistemi di controllo molto burocratici, per la sicurezza del risultato. Chi si affaccerà qui, in questo mondo, si troverà a scontrarsi con sistemi complicati di acquisto e vendita, chiusure fiscali laboriose e cost control rigidissimi.

Il multiculturalismo di questa città espande orizzonti, azzera limiti, aprendo la mente a nuove vie, nuovi punti di vista, porta ad immedesimarsi in vite altrui, lontane, magari in posti da sogno. Tutto ciò è Dubai, eccesso sotto ogni punto di vista. A mio parere un’esperienza da fare almeno una volta nella vita.

**Mario Farulla**

## I MIEI TOP 5 BAR IN DUBAI



### HENDRICK'S BAR

#### Four Season Jumeira

Un salotto elegante, dove l'accoglienza incontra il bere miscelato. Marco Corallo e il suo team hanno sviluppato una drink list di tutto rispetto, fama internazionale attraverso guest night e servizio qualitativo con consistenza. Decisamente top class.

**Ricetta Flower of Flowers** (cocktail for 2): 120ml ylang ylang e Earl Grey Re-Distilled Bombay Sapphire East Gin, 40ml soursop syrup, 40ml lime, 180ml lemongrass and Sichuan pepper soda



### ASIA ASIA

#### Dubai Marina

All'interno del Pier 7, building elegante e raffinato, si cela questa perla d'oriente, arredamento curato nei minimi dettagli, servizio delizioso ed amichevole, drink list di tutto rispetto. Vista mozzafiato, perfetto per una serata smart casual.

**Ricetta East China Sea:** Calvados Boulard Pays D'Auge, Umeshu, miele, succo di limone, timo.



### ZUMA DUBAI

#### Dife

Poco da aggiungere. Probabilmente il primo bar di Dubai a raggiungere popolarità mondiale, ed il primo dove il bar abbia superato il livello del ristorante come fama. Seppur tra i miei preferiti, nell'ultimo anno ha perso parte del suo vecchio appeal, forse per la fine del trend orientale, forse per il suo leader, Jimmy (Barrat), alle prese col develop di ZUMA Worldwide.

**Ricetta Rubabu:** Sake infuso al rabarbaro, Vodka, succo di passion fruit.



### ST REGIS BAR

#### Sheikh Zayed Road

Location degna del miglior film di James Bond, opulenza e finiture raffinate. Famoso per i suoi Bloody Mary, in quel di Dubai non poteva che essere servito con foglie di oro edibile, Jalapeno e vodka infusa alla rosa canina (gusto molto apprezzato nel mondo arabo anche nelle tisane), sigari selezionati per veri intenditori e divani vintage che vi teletrasporteranno in un'altra epoca

**Ricetta Rapid Age Bamboo:** Sherry, Vermouth rosso, bitter arancia e origano, Angostura.



### LITTLE BLACK DOOR

#### Conrad Dubai

Un vero e proprio speakeasy, nascosto ai piedi di un hotel. Questa e' forse l'unica scelta di cuore della mia selezione, ma sentirsi catapultati fuori da questa città di caldo, sabbia e luci al neon, vale il costo di entrata. Drink ricercati, location molto carina e friendly. Un angolo di Europa nel mezzo del deserto.

**Ricetta: The 6ix:** Bulleit Rye Whiskey, Mastiha, miele, Vermouth rosato, cardamomo.

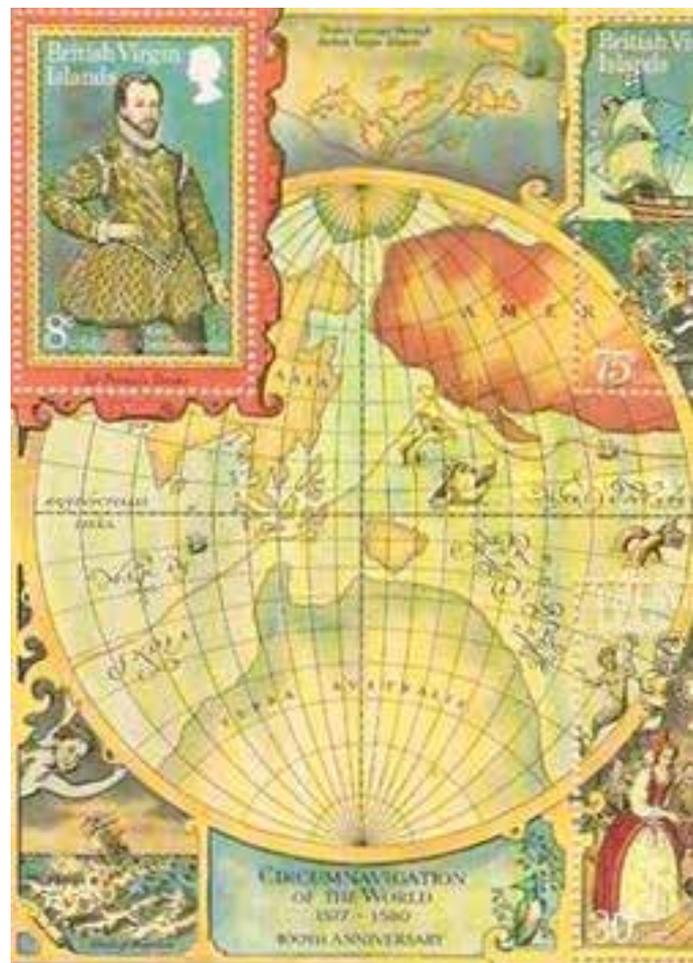
# L'AGUARDIENTE DEL DRAGO (3)

Con il passaggio al Rum, la bevanda di Drake si trasformò nel drink che oggi chiamiamo Mojito

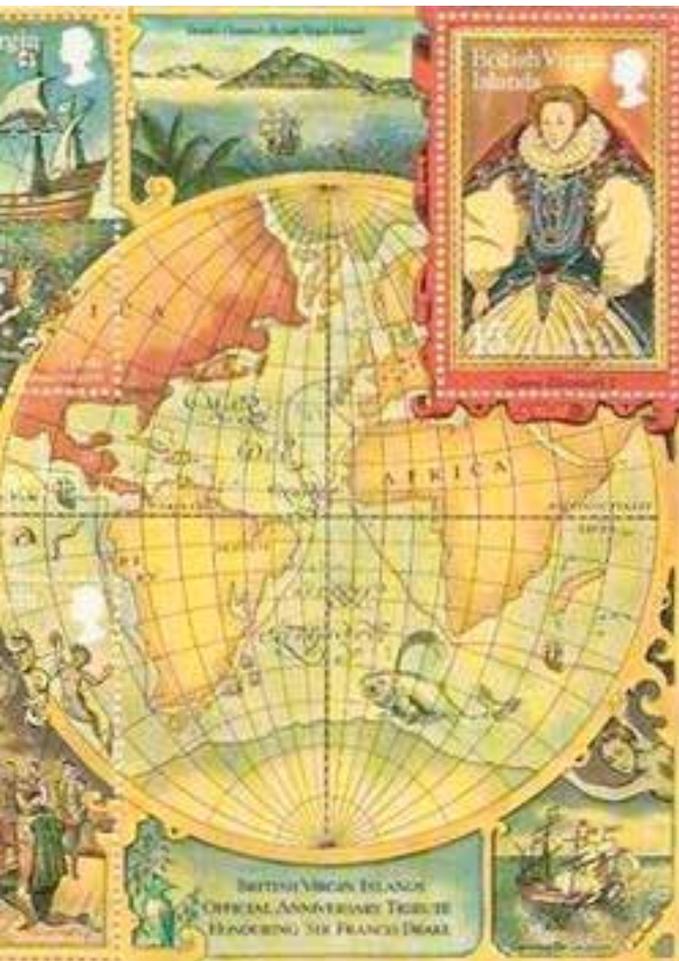
DI GIANNI ZOTTOLA

**L**o scorbuto fu debellato due secoli più tardi grazie alla lungimiranza del Capitano Cook che impose il consumo di agrumi e verdure contenenti vitamina C a tutto l'equipaggio consentendogli, per la prima volta, di navigare senza perdite umane. Il mistero delle malattie che affliggevano i marinai del sedicesimo secolo rimane irrisolto.

Da nessuna testimonianza si è mai capito di quale malattia morirono i più noti capitani. Poteva essere scorbuto, come malaria, tifo, colera o peste bubbonica. Ai rimedi empirici non seguì alcun intervento scientifico comprovato. Basti pensare che nessuno, per molti secoli a venire, intuì cosa fosse l'acido ascorbico, la vitamina C che proteggeva dalla piaga dello scorbuto. Questo però non ha comunque impedito ai "medici", per lo più botanici che viaggiavano al seguito



di pirati e marinai, di percepire quali erbe e quali cibi fossero più utili a combattere le malattie. Ad esempio, ben presto si resero conto che la cottura dei cibi con pentole in rame, che solitamente era praticata a bordo delle navi, causava una notevole perdita dei nutrienti delle verdure, oppure che determinati tipi di frutta e verdura fossero più nutrienti e salutari. Non a caso una sorta di limonata fu uno dei primi rimedi attestati già a partire dai primi del Seicento. Testimonianze indicano perfino la preferenza di arance e limoni rispetto ai lime che, come verrà scientificamente dimostrato dopo tre secoli, contengono effettivamente circa una doppia quantità di acido ascorbico. Questo ci porta ancora più lontano nell'analisi storica, citata inizialmente, sull'origine del Draquecito. In merito alle fonti appena riportate, dunque è plausibile pensare



**NAVIGAZIONE**

A SINISTRA UN FRANCOBOLLO CON LE ROTTE DELL'EPOCA QUI SOPRA, IL CARICO DI AGRUMI SULLE NAVI QUI AFFIANCO, LA HABANA NEL 1500.

che, anche se fosse veritiera la leggenda della misteriosa bevanda legata al pirata più famoso di tutti i tempi, sarebbe impossibile indicarne con precisione la componente citrica presente.

Riguardo l'altro ingrediente fondamentale, la menta, allo stesso modo, dalle descrizioni dei botanici, si intuisce che questa erba faceva parte di una delle tante utilizzate in infusione per combattere il vomito, come succedeva con la camomilla italiana, la lavanda francese e poi ancora rose, rosmarino, meliloto, trifoglio, rafano, consolida, salvia, timo, assenzio, cardo benedetto, melissa, ginepro, malvone, piretro, e angelica. Tutte erbe curative già conosciute da secoli spesso utilizzate come aromatizzanti in nuove medicine tossiche e velenose, sperimentate e descritte solo nella metà del Seicento da John Woodall, medico

scienziato sperimentatore di nuove medicine. Lo stesso Drake ci parla di strane erbe utilizzate nei suoi viaggi alla stregua di quelle conosciute in Europa, spesso macerate e infuse in acqua. Ma senza specificare una determinata specie erbacea o un particolare effetto oltre quello rinfrescante. Furono proprio i suoi viaggi e quelli di tutti i suoi colleghi del periodo ad incentivare medici e botanici allo studio di nuove cure per le sconosciute malattie. Nel secolo successivo si sarebbero sviluppati rimedi per la conservazione del cibo e dei botanici medicinali, quali infusioni alcoliche

*I viaggi di Drake  
stimolarono  
medici e botanici  
nella cura  
di malattie  
al tempo  
sconosciute*



#### MOJITO

QUI SOPRA UNA COLTIVAZIONE DI CANNA DA ZUCCHERO A DESTRA LA PREPARAZIONE DEL MOJITO.



e sciroppi. Gli stessi che daranno poi lo spunto per la nascita di molti dei drink che attualmente siamo abituati a bere.

L'analisi dei fatti pone dei seri dubbi sul fatto che il Draquecito, inteso come modo di bere, sia stata una pozione curativa realmente adottata dai pirati del corsaro. È certamente vero, però, che ci sono testimonianze e fonti che indicano questa bevanda, comparata alla storia della miscelazione, come una miscela

primitiva utilizzata dai contadini e lavoratori cubani. In ogni caso si tratta sempre di fonti molto recenti spesso riferenti alla prima metà del Novecento, come ad esempio quella di Esteban Rodríguez Herrera nel libro *Lexico Mayor de Cuba*.

È chiaro che nella metà Novecento il ricordo dell'aguardiente a Cuba, inteso non solo come il distillato prodotto prima del metodo Bacardi, ma di un primordiale distillato possibilmente prodotto sul fini-

BEVI RESPONSABILMENTE



# BERTO

APERITIVO  
VERMOUTH  
BITTER  
GIN

DISTRIBUITO DA GHILARDI SELEZIONI  
INFO@GHILARDISELEZIONI.COM



re del 500 era già svanito. Anche perché nel corso del tempo Cuba diventerà il grande produttore di canna da zucchero, precisamente dopo la metà del 1700. Con le recenti nuove tecniche di distillazione, quindi con il passaggio dall'aguardiente a Rum, quindi ai più conosciuti stili di Rum cubani, molti sostengono che la primitiva bevanda si trasformò nel drink che tutti oggi conoscono come Mojito.

Molte novità e varianti sulla ricetta furono introdotte a Cuba dall'avvento di barman stranieri, anche con l'arrivo a Cuba del Vermouth. La miscelazione si evolse. Ma è altresì vero che prima del 1862, data di fondazione di Bacardi, in una testimonianza presente nel libro di Ramón de Palma "El Colera en la Habana" uno dei personaggi del testo racconta che era solito bere tutti i giorni alle undici il suo "Draquecito" ma dalla spiegazione non si ottiene alcun riferimento specifico sulla bevanda. C'è invece una grossa probabilità, come sostiene lo scrittore Lópe De Vega che dedicò a Drake un poema del 1597 intitolato La Dragontea: «ogni volta che si farà il nome "dragón", tutto ciò che verrà detto, sarà riferito alla persona di Francis

## LA DRAGONTEA DE LOPE DE VEGA CARPIO.

Al Príncipe nuestro Señor.



En Valécia por Pedro Patricio Mev. 1598

Drake» per cui è possibile che nel corso dei secoli, un modo di bere cubano sia stato accostato al ricordo del pirata da cui ne prende il nome.

Agli inizi dell'800 Cuba è vittima di una epocale epidemia di colera che fece molte vittime, e la sperimentazione di



**PERSONAGGI**

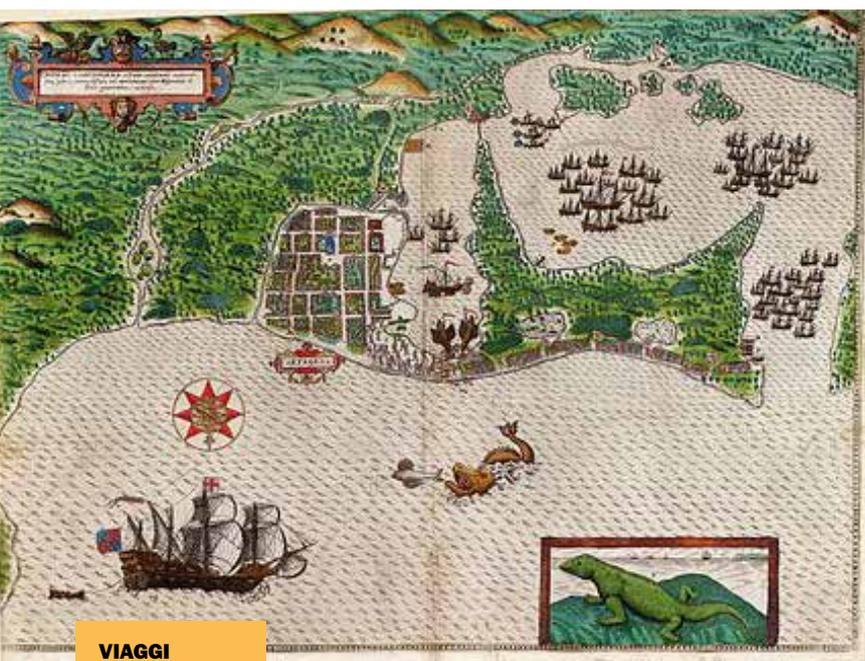
IN ALTO SIR FRANCIS DRAKE  
A SINISTRA UNA SCENA DI UNA BATTAGLIA NAVALE.  
NELLA PAGINA ACCANTO, UN DISEGNO DI HEMINGWAY CON IL MOJITO E LA DRAGONTEA DI LOPE DE VEGA.



nuovi metodi contro le malattie tropicali venne notevolmente incrementata anche con l'utilizzo di alcol. Infatti Cuba divenne il centro nevralgico della formazione medica dei Caraibi.

Dopo il 1830 si ebbe un fenomeno di migrazione medica verso Cuba. Feno-

meno correlato alla schiavitù. Il valore di uno schiavo in buona salute era uno dei più grandi business cubani in quanto l'esplosione nell'isola della produzione della canna da zucchero rendeva necessaria la manodopera. A questo si aggiunga la protezione di militari in salute. È



#### VIAGGI

IN ALTO, LA  
ROTTA DEL  
VIAGGIO DI  
DRAKE TRA IL  
1577 E IL 1580  
QUI SOPRA,  
FRANCIS  
DRAKE IN  
CARTAGENA.

dunque possibile che un rimedio rinfrescante e più che altro piacevole come il Draquecito possa essere diventato quasi una moda o comunque una consuetudine. Ci sono bevande attinenti al nome di Drake menzionate un po' ovunque, non solo a Cuba. A Cuba, probabilmente per la sua storia importante sullo sviluppo della miscelazione, questa preparazione leggendaria è rimasta in vita e si è svi-

luppata. Drake, il pirata, l'ammiraglio, il capitano, colui che ha inflitto da solo più danni a un impero e alla controriforma di qualsiasi paese o esercito mai esistito, vedeva vicina la fine della sua ultima avventura. Con il testamento che lo accompagnava dal giorno ultimo in cui vide le regali coste inglesi, la sua figura fu legalizzata il 27 gennaio del 1595 e fu forse una premonizione. La stessa notte, insistentemente, consumò i polmoni con le ultime faticose boccate di quell'umida e salmastra aria tropicale. Lo fece per indossare a stento la sua armatura di guerriero, ed essere così ricordato in punto di morte e per sempre come il soldato della regina.

Probabilmente non ci fu luogo più adatto per sopire il suo ardente fuoco di ambizione, di redenzione e gloria delle calde acque dei Caraibi, dove, nei geli di fondali, Drake trovò il silenzio di una ignota e definitiva pace. Una sconosciuta pace che sarà per sempre preservata da una pesante bara di piombo che protegge le reliquie dell'Ammiraglio dalla trivia-



**DRAKE**  
LA GOLDEN  
HIND, ESPOSTA  
A LONDRA  
E LA STATUA  
DI DRAKE  
A PLYMOUTH.



le e violenta vita terrena. Così rimane agli inglesi la leggenda. Nel pericolo e per sempre il nemico della Corona dovrà aver timore quando il cupo suono del suo tamburo conservato a Plymouth annuncerà il ritorno di Francis Drake, il corsaro della Regina.

**Gianni Zottola**

### RICETTA MOJITO CABALLITO

Dalla carta drink dello Sloppy Joe il Mojito Caballito si distingue per il particolare utilizzo del Vermouth. Il caratteristico prodotto destinato a cambiare la storia della miscelazione. Anche in questo caso è menzionato il Draquecito come ricetta primordiale per sconfiggere il colera.

#### INGREDIENTI

- 2 3 tsp di zucchero bianco
- ½ oz di lime spremuto
- 1 ½ oz Rum cubano
- ¼ oz di Vermouth dry
- Menta
- Soda a colmare

# UN CORDIAL DÉCO

Inventato nel 1857, conquistò per le proprietà tonico-digestive e le note aromatiche decise

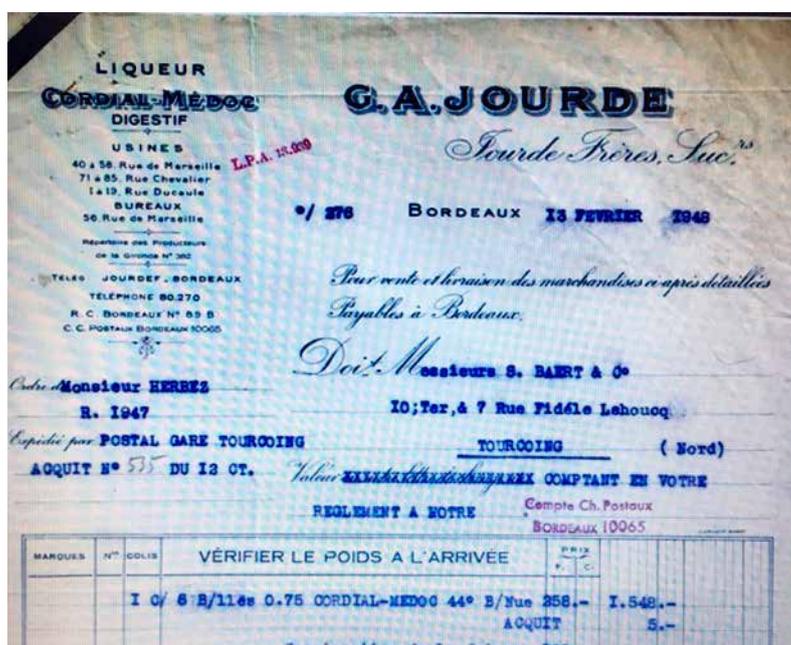
DI KATERINA ALEJANDRO D'ALFONSO

**B**ordeaux è universalmente riconosciuta come la “Città del Vino”, la cui zona storica è inserita nella lista dell’UNESCO World Heritage per la ricchezza monumentale. Situata sulle sponde del fiume Garonna, Bordeaux fa parte del dipartimento della Gironda ed è ogni anno meta di migliaia di visitatori che si concedono una vacanza all’insegna della cultura e del buon vino.

Nello stesso dipartimento, leggermente localizzata a est, troviamo Cenon, zona

suburbana di Bordeaux e luogo di origine di un liquore ormai quasi completamente scomparso dalle bottigliere dei bar moderni, ma che ha ricoperto un ruolo di prestigio nei ricettari dei primi del '900 e che attirò l’attenzione di alcuni artisti del periodo déco. Nella metà del XIX secolo, il commercio e soprattutto le esportazioni dei prodotti vitivinicoli bordelosi continuavano a incrementare sempre più i volumi di mercato. Il consumo di bevande alcoliche come liquori, cordiali e simili stava lentamente entrando a far parte della vita dei francesi. Fu così che nel 1857 un liquorista di Cenon, un tale G.A. Jourde, intuendo il potenziale di una zona dove vi erano tutte le circostanze per intraprendere un’attività commerciale di successo, registrò e inaugurò ufficialmente la sua azienda ed un suo prodotto: il Cordial Medoc.

Analizzando il nome stesso è già possibile avere una prima idea della composizione di questo prodotto. Cordial indica una preparazione a base di alcol e zucchero, un liquore ottenuto per infusione di erbe, spezie e/o frutta; Medoc è una AOC del Bordeaux, ovvero una denomi-

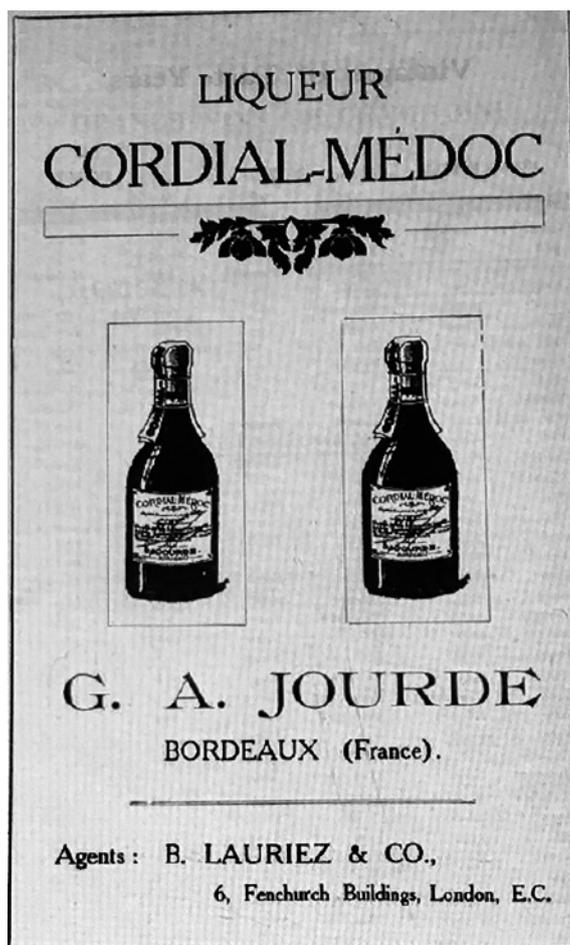




nazione vinicola che indica la zona sulla sponda sinistra della Garonna, patria di 4 dei più prestigiosi villaggi consacrati dagli enologi di tutto il mondo: Pauillac, Margaux, Saint-Estephe e Saint Julien.

Il primo vero e importante riconoscimento al nuovo prodotto avvenne durante l'Esposizione Universale di Parigi del 1878, ove ottenne una medaglia d'oro che venne poi raffigurata sull'etichetta della bottiglia. Quattro anni dopo il riconoscimento il Cordial Medoc venne incluso nella *Revue des Vins et Liqueurs et des Produits Alimentaire pour l'exportation* del 1882. Colui che scrisse la presentazione dell'azienda di Jourde, in seguito a una visita presso lo stabilimento produttivo, la paragonò a Marie Brizard, che al tempo era uno dei colossi della liquoristica francese e internazionale. L'unica differenza sostanziale stava, chiaramente, nelle dimensioni e quindi nelle capacità di soddisfare la domanda di mercato, molto più ristretto per il marchio bordolese. Veniva inoltre spiegato come Cordial





Medoc fosse ottenuto dalla distillazione di vini superiori provenienti dai comuni di Pauillac, Saint-Lambert, Blanquefort, Saint-Estephe, Cantenac, Moulis, Margaux, Listrac.

Era già assai apprezzato per la sua limpidezza di aspetto, le sue proprietà tonico-digestive e le note aromatiche ben pronunciate ma comunque delicate. La popolarità del Cordial Medoc si spinse sempre più verso i confini con altri paesi. Arrivò in Germania. I fratelli Dollberg, commercianti di Hannover e primi importatori del prodotto, si erano accordati con Jourde per avere il monopolio sulla vendita del Cordial Medoc in tutta la Germania.

A quanto pare Cordial Medoc di Jourde raggiunse ben presto una certa popolarità in Germania spingendo altri produttori tedeschi a imitarne la ricetta. A tal propo-



sito un decreto stabilito il 27 giugno del 1904 da parte dell'Ufficio dei Brevetti e riportato sul *La Propriété Industrielle*, organo d'informazione ufficiale del Bureau International de l'Union, cita l'azione legale intrapresa da due aziende tedesche che volevano utilizzare la dicitura "Cordial

IT TAKES 3 YEARS  
TO CRAFT AN  
EXCEPTIONAL SPICED RUM



DON  
UNQUESTIONABLE

BEVI RESPONSABILMENTE  
INFO@GHILARDISELEZIONI.COM

CRAFTED TO BE ENJOYED RESPONSIBLY DONQ.COM  
PRODUCED BY DESTILERÍA SERRALLÉS, INC. PONCE, PR AND DISTRIBUTED BY SERRALLÉS USA, STAMFORD, CT. RUM 45% ALC/VOL.

FAMOUS PRE-WAR QUALITY

## Imports from France

"JOURDE"  
CORDIAL-MEDOC

8.69 4/5 Quart

A gentleman's first choice in fine liqueurs. Not too rich,—not too sweet—it's just right! "Cordial Medoc" is a blend of fine brandy, orange curacao, and creme de cocoa produced in Bordeaux, France. 88 proof.

Case of 12 bottles.....104.28

"GRAND ARMAGNAC"  
FRENCH BRANDY

9.29 4/5 Quart

Shipped by the famous "Paul Du Vignau & Co.," this fine import is indeed a "gem" from the Old World. Its distinctive flavor and bouquet are known to all who appreciate the very best. 84 proof. Case of 12 bottles ...111.48



cosa che diede una notevole visibilità, la creazione di manifesti pubblicitari ideati da artisti di fama internazionale. Celebre è infatti l'immagine creata da Leonetto Cappiello intorno al 1908, che raffigurava una donna con in mano una bottiglia di Cordial Medoc e circondata da numerosi grappoli di uva rossa. Cappiello, nato a Livorno nel 1875 fu pubblicitario, illustratore e caricaturista, noto per altri iconici manifesti tra cui quelli per Campari, Cinzano e Gancia.

Jourde commissionò anche ad altri artisti come Henry le Monnier, Gaspar Camps e Jean Desaleux, manifesti pubblicitari che racchiudessero in sé l'essenza del Cordial Medoc. Uno dei più rappresentativi è indubbiamente quello di Le Monnier. Il titolo cita "Il liquore che fa gioire il cuore" con il soggetto dell'immagine: un clown vestito di giallo con sagoma a forma di cuore che in una mano tiene un bicchiere e nell'altra la bottiglia di Cordial Medoc.

Seppure già sbarcato negli Stati Uniti, come attestato in una riquadro pubblicitario apparso sul *Evening Star* del marzo 1912, Cordial Medoc ebbe uno stop di distribuzione oltre oceano durante la Prima Guerra Mondiale. In una rubrica di cucina del *New York Times* chiamata *News of Food* e datata 1923, si riportava che il tanto

### ADVERTISING

ALCUNE  
PUBBLICITÀ  
D'EPOCA DEL  
CORDIAL  
MÉDOC.

Medoc" per etichettare i loro prodotti, creati sicuramente sulla linea dell'originale di Jourde. Numerose sono anche le pubblicità del liquore bordolese sul quotidiano tunisino *La Dépêche Tunisienne* a partire dal 1898: «Squisito liquore di grande gusto, il più tonico e salutare dei liquori, assai apprezzato da chiunque lo abbia assaggiato».

L'attività pubblicitaria s'intensificò a partire dalla seconda decade del XX secolo, soprattutto per quanto riguarda la stampa francese, tra cui *Le Rire* (giornale umoristico) e *Le Petit Parisien*, mentre in un articolo del giornale sportivo *L'Aéro* del 1913 Cordial Medoc sponsorizzò una gara di nuoto detta *Les Challenges Michelot et Cordial Medoc*.

Michelot era un'azienda con sede a Bordeaux che produceva un bevanda a base di vino, e aromatizzata con erbe tra cui corteccia di China, simile alla Kina Lillet. La strategia di marketing adottata da Jourde prevedeva l'utilizzo di vari canali di comunicazione: giornali di vario genere, patrocinare eventi sportivi ed inoltre,



apprezzato Cordial Medoc, dopo una pausa durante la guerra, era importato nuovamente negli States da Meyer & Lange. La stessa rivista accennava la sua lunga tradizione in Francia, suggerendo che la famiglia Jourde lo stesse producendo da quasi un secolo e che fosse costituito da Brandy di alta qualità aromatizzato con frutta, gradazione alcolica 88 proof, il che lo rendeva più forte e secco dei normali Cordial in commercio. Per questi motivi era la scelta d'eccellenza per coloro che volevano degustare un liquore digestivo non troppo dolce e stucchevole.

Sul territorio britannico, nello specifico Edimburgo, Cordial Medoc era distribuito dal commerciante di vini John Kay & Co che ne pubblicizzava la vendita nel 1919 su *The Scotsman*. Cominciarono ad apparire anche le prime citazioni su ricettari di cocktail. Tra i primi vi fu *American Drinks* di Victor Hugo Himmelreich del 1921, dove la ricetta del *Cheer Up Cocktail* riportava l'impiego di Cordial Medoc, specificando "Jourdes only" e suggerendo quindi che sul mercato vi erano molte imitazioni del prodotto. La ricetta era accreditata a A. Tom Neirath, co-fondatore e presidente dell'Unione Internazionale dei Bartender,

**HUNTRESS**  
Invented by  
Charles J. Jaeger

Use Champagne Cocktail Glass,  
put in 1 or 2 pieces of Ice, add  
1/10 Vodka.  
1/10 Orange Juice.  
1/10 Cordial Medoc.  
7/10 Ice cold sparkling Moselle.  
Stir.  
Decorate with slice of orange.

**LOTUS BLOSSOM**  
Invented by  
Victor Broggi

1/3 Dry Gin.  
1/3 Cordial Medoc.  
1/6 French Vermouth.  
1/6 Fresh Orange Juice.  
Shake.

**WESTERN  
ELECTRIC**  
Invented by  
Leo Schwabl

1/3 Cordial Medoc.  
1/3 Cointreau.  
1/3 Cognac.  
3 dashes Maraschino.  
Shake, pour into tumbler and fill up  
with Champagne.

con sede a Ginevra.

Frank Meier in *Artistry of Mixing Drinks* del 1936 inserì Cordial Medoc negli After-Dinner Drinks; in *Cafè Royal Cocktail Book* Billy Tarling riportò ben 3 ricette con il liquore francese: Huntress, Lotus Blossom e Western Electric. La segretezza della composizione degli ingredienti creò negli anni '20, '30 e '40 diverse descrizioni del Cordial Medoc. Lo stesso *New York Times*, in un riquadro pubblicitario del 1923, parlava di un "blend di Brandy, Orange Curacao e Creme de Cocoa".

**LIBRI**  
IN ALTO, LA  
RICETTA  
HUNTRESS DA  
CAFE ROYAL  
COCKTAIL  
BOOK.  
AL CENTRO,  
LA RICETTA  
LOTUS  
BLOSSOM DA  
CAFE ROYAL  
COCKTAIL  
BOOK.  
QUI SOPRA,  
LA RICETTA  
WESTERN  
ELECTRIC DA  
CAFE ROYAL  
COCKTAIL  
BOOK.

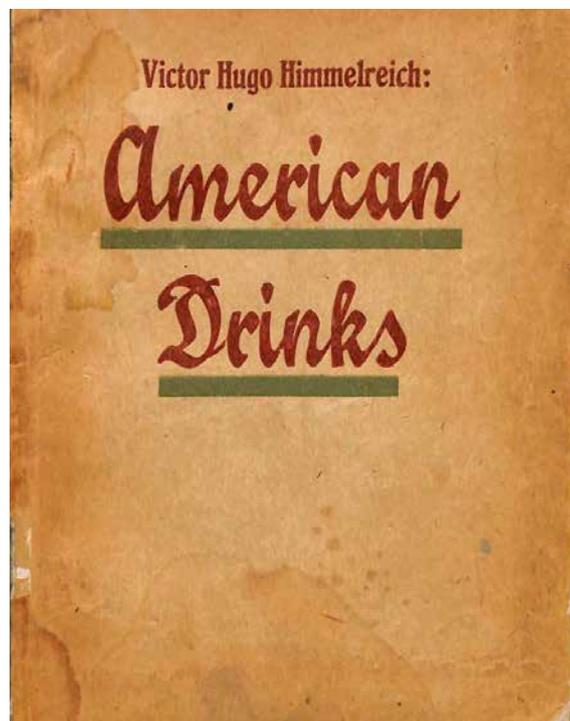
Rp. 3 d. Lemon Juice,  $\frac{1}{2}$  Lg. Cordial Medoc (Jourdes only), 2 d. Orange Bitters, 2 d. Orange Curaçao all stirred well in Barglass with ice, then strain into ctg. and fill with iced champagne: press oil of a slice of orange peel on top and dress with maraschino cherry (use small ctg.).

Dreipreisgekrönte Recepte von  
A. Tom Neirath, Präses der Intern.  
Barkeeper-Union, 1912.

**Cognac** (French Brandy) Brandy distilled from wine in the Cognac district of France.

**Cordial Medoc** (French Liqueur) Sweet aromatised wine type of Liqueur, red in colour, with a basis of Brandy.

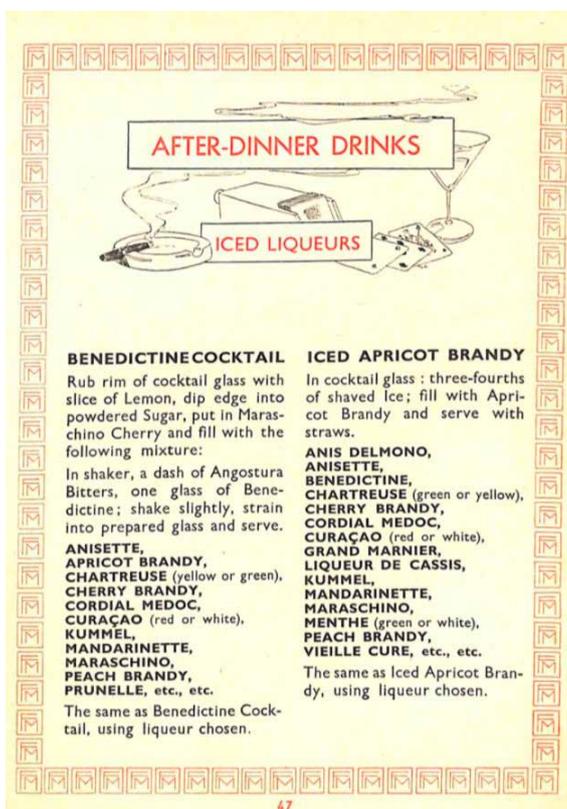
**Crema de Ananas** (French Liqueur) Very sweet, flavoured with pineapple.



#### RICETTE

ALCUNI BRANI SUL CORDIAL MEDOC: IN ALTO, TRATTO DA "AMERICAN DRINK" DI V. H. HIMMELREICH. QUI SOPRA TRATTO DA "KING COCKTAIL SHAKE AGAIN" DI EDDIE CLARKE.

A DESTRA, UNA PAGINA TRATTA DA "ARTISTRY OF MIXING DRINKS" DI FRANK MEYER.



Charles H. Baker Jr. in *Around the World with Jigger, Beaker and Flask* del 1946 informava che il liquore bordolese era ottenuto da noccioli delle pesche, probabilmente a causa del suo intrigante profumo floreale e delicato che poteva ricordare l'uso di questo frutto. Eddie Clarke nel suo volume del 1954 così descriveva «Cordial Medoc: liquore francese dolce e

aromatizzato a base di vino, rosso in colore, con una base di Brandy».

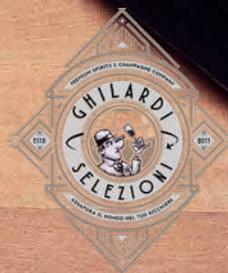
Dopo la morte del fondatore, i figli Auguste e Jean Jourde succedettero nella guida dell'azienda Cordial Medoc di Cennon. A seguito della scomparsa di Auguste nel 1928 e poi di Jean nel 1947, la vedova e la figlia di quest'ultimo tentarono di condurre nel migliore dei modi l'azienda, prima di venderla a Intermarche' nel 1962. Oggi Cordial Medoc sta lentamente rientrando sul mercato, in particolare sul mercato Inglese.

Seguendo la ricetta originale tramandata dal 1878, Cordial Medoc contiene più di 15 ingredienti tra erbe, spezie e frutta, tra le più importanti delle quali vi sono arance dell'isola di Curacao, fave di cacao, vaniglia, violetta e prugna, che vengono messe a macerare in Cognac. Questa soluzione è poi distillata in alambicco discontinuo in rame, unita con distillato ottenuto dalle più pregiate uve del Medoc e affinato in vecchie botti di legno. L'ultimo step di produzione è l'aggiunta di zucchero di canna, che lo rende così un ottimo liquore digestivo perfetto in miscelazione.

**Katerina Alejandro D'Alfonso**

# SYLVIUS

GIN



*The Hedonist's Choice*

SylviusGin.com | Geen 18, geen alcohol  
Enjoy and drink responsibly.

# VINO&COCA

## Rivoluzionario tonico a base di Bordeaux, la ricetta di Angelo Mariani anticipò il trionfo della Coca-Cola

DI LUCA RAPETTI

I Sud America racchiude in sé un patrimonio naturalistico inestimabile, ricco di innumerevoli qualità di piante e specie animali recentemente scoperte o ancora da scoprire.

Le prime esplorazioni, avvenute a partire dal XVI secolo durante le colonizzazioni spagnola e portoghese, avevano principalmente lo scopo di addentrarsi il più possibile all'interno di territori inesplorati abitati da popolazioni dalle tradizioni affascinanti. In un giornale di viaggio compilato nel 1499, durante il suo

secondo viaggio in America, Amerigo Vespucci descrive l'incontro avvenuto con una popolazione presente su un'isola al largo delle coste dell'attuale Venezuela.

I componenti di questa popolazione si presentavano con aspetto alquanto sgradevole, e masticavano senza sosta alcune foglie verdi che impedivano a costoro di esprimersi chiaramente. Vespucci riporta come essi portassero con sé una sorta di sacca colma di queste foglie e un'altra in cui era presente una polvere bianca che univano alla foglia prima di ingerirla per la masticazione. Le foglie citate erano probabilmente appartenenti alla pianta *Erythroxylum Novogranatense*, oggi conosciuta come coca colombiana, mentre la polvere bianca era presumibilmente ossido di calcio, ricavato dal guscio arrostito di molluschi di mare, impiegato nella masticazione delle foglie di coca per renderne il gusto più piacevole. Questa è quindi probabilmente la più antica testimonianza dell'uso delle foglie di coca da parte delle popolazioni indigene del continente sudamericano.

*Erythroxylum Coca* è il nome scientifico di quella che viene comunemente chia-

NEVER HAS ANYTHING BEEN SO HIGHLY AND SO JUSTLY PRAISED

## VIN MARIANI

MARIANI WINE—THE WORLD-FAMOUS TONIC.

### Braces Body and Brain.

MARIANI WINE has written indorsements  
From more than 8,000 American Physicians

MARIANI WINE is specially selected for: Nervous Affection, Throat and Lung Diseases, Dropsy, Anemia, Weakness from whatever cause, Profound Depression or Exhaustion.

**La Grippe, General Debility, Malaria,**  
For those who are run down,  
**OVERWORKED MEN, DELICATE WOMEN, SICKLY CHILDREN.**

BEWARE OF IMITATIONS AND SUBSTITUTIONS

**JOHN PHILIP SOUSA Writes:**  
When worn out, I find nothing so helpful as a glass of Vin Mariani. To brain-workers and those who expend a great deal of nervous force, it is invaluable.  
JOHN PHILIP SOUSA.

**SPECIAL OFFER.**—To all who write we send a book containing partial and indorsements of EMPERORS, EMPRESS, PRINCES, CARDINAL ARCHBISHOPS and other distinguished personages.

**MARIANI & CO., 52 WEST 15TH STREET, NEW YORK.**



mata “pianta della coca”. È un arbusto che cresce sino a 1,5 metri di altezza, caratterizzato da foglie di color verde scuro e con lunghezza variabile tra 8 e 10 cm. Produce un fiore bianco e un frutto rosso ovoidale di piccole dimensioni, si localizza in aree ad alto tasso di umidità e a un’altitudine compresa tra 300 e 1500 metri slm. È possibile trovarla nella zona orientale della catena montuosa delle Ande, al confine con la Foresta Amazzonica, nei territori di Perù, Cile, Bolivia, Ecuador e Colombia. Il nome

“Coca” deriva da una parola della lingua Aymara (parlata dalle popolazioni delle Ande) e significa semplicemente “albero” il cui consumo è storicamente ricondotto fino a circa 3000 a.C. nella zona costiera peruviana. Le tribù locali hanno costantemente consumato questa foglia attraverso la masticazione, favorendo un effetto che permette di placare la fame, la sete, ed attenuare la stanchezza fisica in generale.

Alla preziosa descrizione compilata da Vespucci, ne seguirono molte altre



**STUDIOSI**  
A SINISTRA  
IL CHIMICO  
TEDESCO  
ALBERT  
NIEMANN.



e sempre più accurate nei dettagli. Tra queste è doveroso ricordare quella di Nicholas Monardes del 1565, successivamente tradotta dallo spagnolo al latino (1574), poi in italiano (1576) ed in inglese nel 1577.

Nel 1708 il fisico e botanico tedesco

Herman Boerhaave inserì la pianta di Coca nel suo "Institutiones Medicae", citandola ufficialmente per la prima volta in un testo di medicina. Nel 1835 su un giornale popolare inglese comparve il primo dettagliato disegno di una pianta di coca da parte di Sir William Hooker, illustrazione che verrà poi inserita nella pubblicazione di "Companion to the Botanical Magazine" (1836-1837).

Nel 1859 il chimico tedesco Albert Niemann riuscì per primo a sintetizzare il principio attivo della pianta. Lo chiamò cocaina, un alcaloide che si trova nelle foglie in concentrazione dallo 0,3% al 0,9%. Quasi contemporaneamente alla scoperta di Niemann, il fisiologo ed antropologo milanese Paolo Mantegazza scrisse l'opera "Sulle Virtù Igieniche e Medicinali della Coca e sugli Alimenti Nervosi in generale".

L'importanza di questo scritto è rappresentata dalla notevole mole di informazioni che Mantegazza raccolse durante alcuni anni di permanenza in Sud America. Lo studioso approfondì la struttura della pianta, il suo uso, i suoi

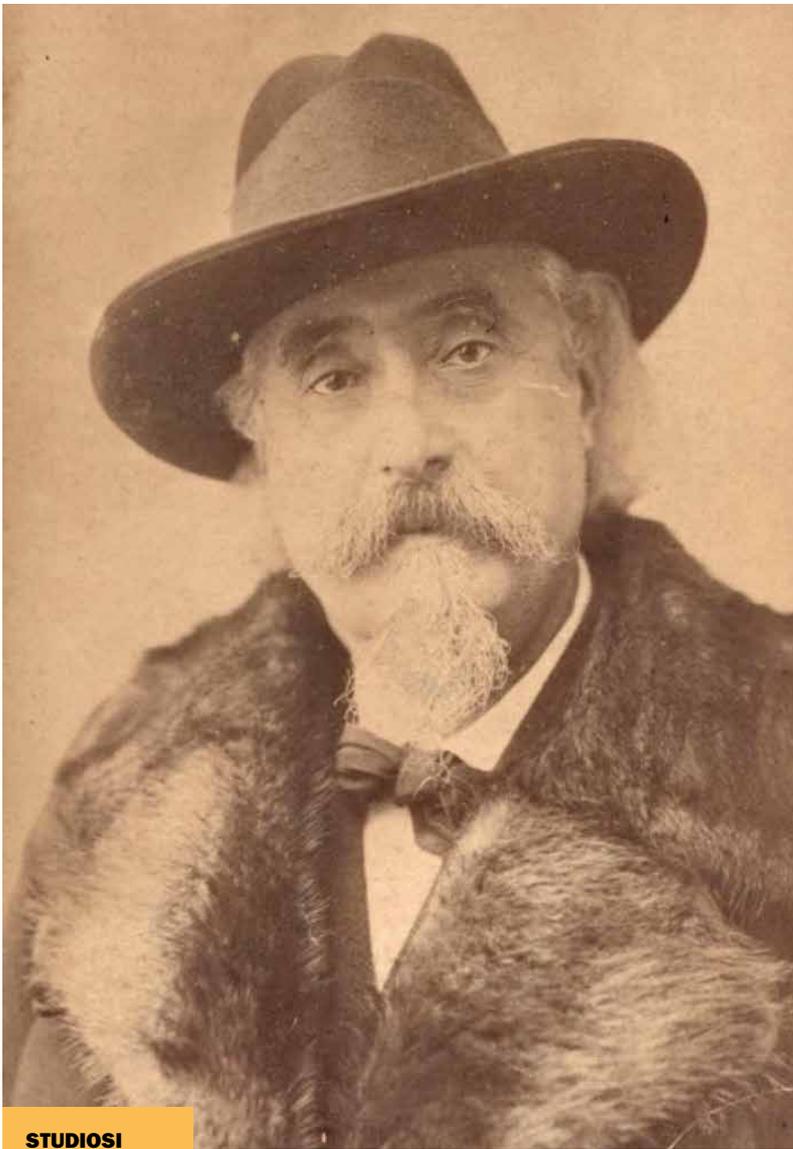
Ron  
**ABUELO**  
PANAMA



*"Se il mondo dovesse scegliere una capitale, l'istmo di Panama  
sarebbe il posto più ovvio per ricoprire questo alto ruolo."*

*Simon Bolívar*

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A.



**STUDIOSI**

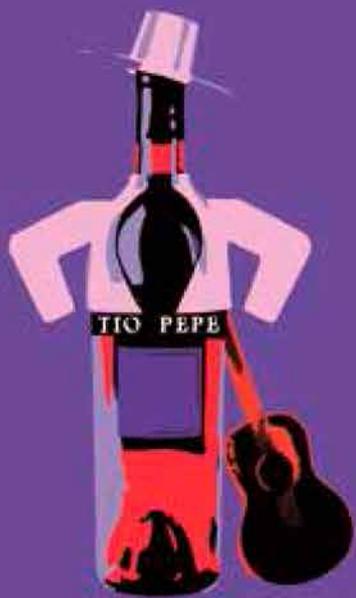
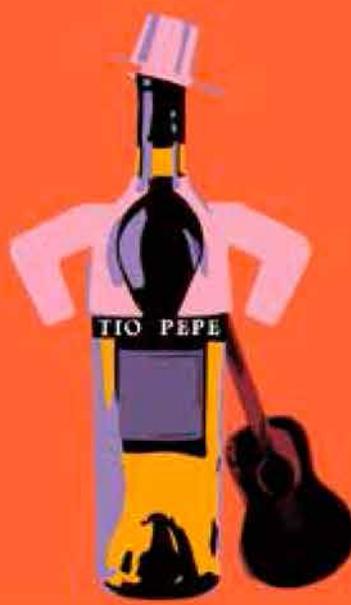
A SINISTRA  
PAOLO  
MANTEGAZZA  
A DESTRA  
ANGELO  
MARIANI.

effetti “psicofarmacologici”, decantandone quindi le straordinarie proprietà naturali. L’opera di Mantegazza portò alla conoscenza del pubblico letterario e degli intellettuali europei dell’Ottocento gli effetti che l’assunzione di questa sostanza contenuta nelle foglie gli aveva procurato. La padronanza di linguaggio e l’avvincente descrizione dei vari stati di coscienza e alterata percezione provati da Mantegazza conquistarono ben presto mezza Europa.

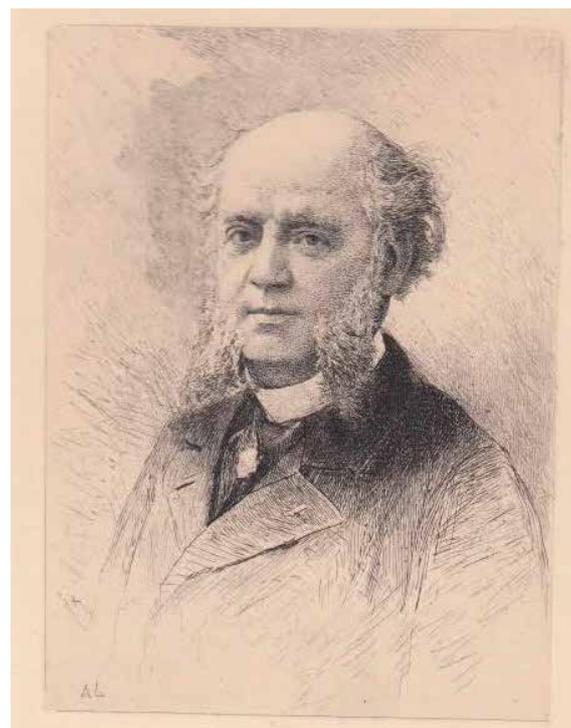
Tra coloro che furono catturati dai racconti dell’antropologo milanese vi fu anche un giovane chimico e farmacista francese, Angelo Mariani, nome di battesimo Ange-Francois Mariani, nato nel 1838 presso il piccolo borgo di Pero Casevecchie situato nell’Alta Corsica.

Membro di una famiglia benestante di farmacisti e dottori, a soli 21 anni, quindi nello stesso anno della scoperta di Niemann e della pubblicazione di Mantegazza, si trasferì a Parigi per continuare ed approfondire i suoi studi in chimica e farmacia. Lavorò presso lo studio del dottor Pierre Charles Fauvel, medico specialista noto per aver perfezionato il laringoscopio, strumento medico oggi molto comune.

Stabilitosi a Bois-Colombes, nella zona nord di Parigi, Mariani era solito prendere il treno ogni sera per tornare a casa. Un giorno dovette servire un cliente cinese che gli fece ritardare la chiusura del negozio e quindi non fu in grado di recarsi alla stazione di Saint-Lazare in tempo. Quella stessa sera, il treno con il quale Mariani era solito recarsi a casa ebbe un tragico incidente. Questa circostanza fece riflettere profondamente il giovane chimico francese sul senso



#SherryRevolution



#### IMPRENDITORI

SOPRA, UNA VIGNETTA DELL'EPOCA. A DESTRA, IL DOTTOR PIERRE CHARLES FAUVEL.

della vita. Mariani si immerse a capofitto nelle sperimentazioni con le foglie di coca che gli erano state descritte e sottoposte da Fauvel che ne stava già studiando gli effetti anestetici. Studiò gli effetti dell'infusione delle foglie in soluzioni alcoliche e notò che le foglie reagivano in miglior modo a contatto con vino di Bordeaux. Fauvel testò il risultato di Mariani e diede la sua approvazione, definendo inizialmente il composto un ottimo "tensore delle corde vocali". Un giorno si presentò in farmacia una giovane cantante dell'Opera chiedendo di un "Vin de Coca". Mariani rimase stupito perché presumeva che nessuno stesse producendo un simile prodotto. Fece assaggiare il suo preparato alla signora, la quale assaggiò ed esclamò: «È eccellente, preparatene dodici bottiglie». A quel tempo il laboratorio era locato in un appartamento in Rue Vaneau e consisteva in una piccola stanza piastrellata dove Mariani, assai scrupoloso e metodico, conduceva i suoi esperimenti.

Fu qui che Mariani iniziò a imbottigliare il primo lotto del suo vino alle foglie di coca. Come contenitore iniziale furono utilizzate alcune bottiglie per il latte. Intanto, Fauvel si stava trasferendo presso un immobile in Boulevard Hausmann, non distante da quella che sarebbe stata la nuova dimora dell'Opera de Paris, vale a dire Palais Garnier. Fauvel ben conosceva l'appeal commerciale di quella parte della città, che in pochi anni sarebbe divenuta meta frequentata da artisti e personaggi illustri. Nello stesso palazzo, sito al numero 41, vi era disponibile un discreto spazio commerciale, ideale per trasferire il laboratorio di Mariani. Fauvel lo convinse a concludere l'accordo.

A soli 25 anni, nel 1863, Mariani iniziò la sua avventura commerciale in questa boutique farmaceutica. Il continuo perfezionamento della ricetta lo portò a impiegare ben 3 diverse qualità di foglie di coca infuse in vino di Bordeaux. Il prodotto "contiene una piccola quantità residua di ferro che, unita al residuo



tannico tipico di questo vino, lo rende il più efficace dei tonici” era scritto nella descrizione.

Mariani era descritto come instancabile lavoratore e generoso imprenditore, tuttavia i primi anni della sua attività non furono certo facili: rischiò anche di sperperare il patrimonio familiare. Iniziò a distribuire il suo prodotto ai pazienti della clinica del dottor Fauvel, ai clienti che frequentavano l’Opera e a tutti quelli che necessitavano di un tonico per curare vari disturbi, quali anemia, neuropatia, gastriti e altri ancora. Uno di questi fruitori, in segno di riconoscenza verso Mariani, decise di scrivere un ringraziamento su una fotografia che lo ritraeva. Non si sa chi fu la persona in questione, ma ciò diede vita ad una sorta di rituale

### VIN MARIANI

“The Preparation which made Coca known as a remedy!”

**FORMULA:** Each half-litre bottle represents two ounces of specially selected, blended Coca leaves with nutritious Bordeaux Wine.

**THE FOLLOWING GOVERNMENTAL ANALYSIS** sustains our statements as to the purity of Vin Mariani.

#### French Analysis

QUANTITATIVE ANALYSIS NUMBER 247.

The Director of the Municipal Laboratoire de Chimie certifies that Vin Mariani represents exactly:

Density, at 15° C.	1.014
Alcohol, percentage in volume, at 17°	17.07
“ by weight, per litre.	142.9
Extractive, at 100° in grams, per litre	87.36
Sugar, before inversion, per litre	41.60
“ reduced after inversion, per litre	68.80
Sulphate of potassium, in grams, per litre	0.91
Tartrate, in grams, per litre	1.85
Ash	2.24
Acid, calculated as sulphuric	3.13
Acid sulphurous	none
Acid salicylic	none
Saccharin	none
Coloring matter	nothing abnormal
Deviation of polarimeter, before inversion	+2°44'
“ after inversion	-2°16'
Coca bases, combined, in grams, per litre	0.220

Signed, GIRARD, Chemist.

Paris, France, March 24, 1900.

**Literature sent to Physicians on request.**

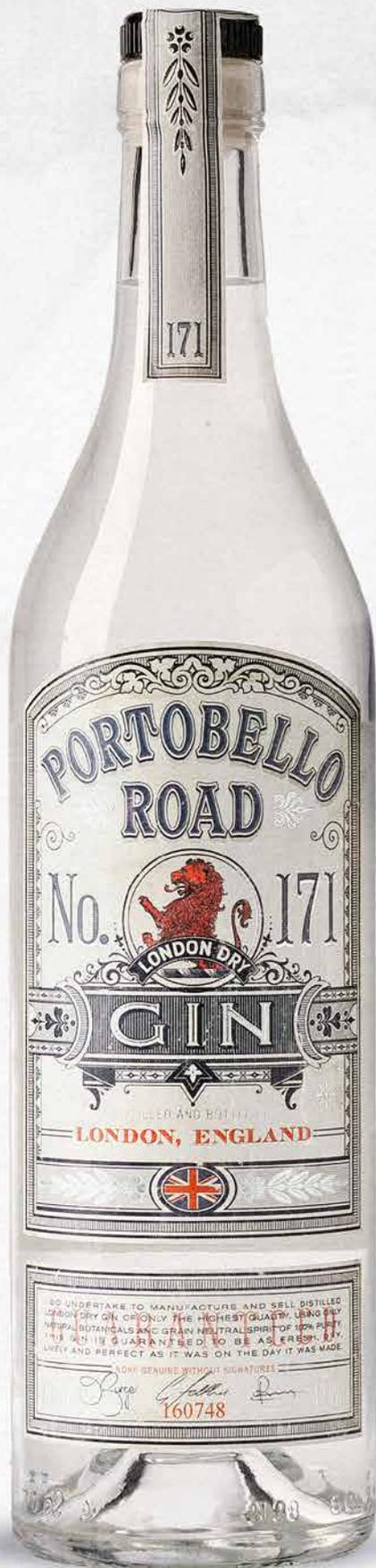


**VIN MARIANI**  
A SINISTRA, LA BOTTIGLIA DI COCA MARIANI E LA FORMULA DEL PRODOTTO.

che ben presto si diffuse anche tra personaggi influenti della cultura francese di fine Ottocento, fungendo allo stesso tempo da grande mezzo pubblicitario. La produzione su più ampia scala gli permise di concentrare la produzione del suo Vin Tonique Mariani á la Coca de Perou presso l’officina farmaceutica a Neuilly-su-Seine, a nord ovest dal centro di Parigi. Quindi creò altri prodotti, come i Confetti Mariani, Patilles Mariani, Paté Mariani, Tè Mariani ed Elixir Mariani.

Personaggi illustri quali Emile Zola, i fratelli Lumière, Sarah Bernhardt, Louis Enault, Emile Bergerat, Nadaud e Ambroise Thomas scrissero le loro dediche ed apprezzamenti al Vin Mariani. Venne così pubblicata una raccolta di ritratti illustrati di personaggi celebri, l’“Album des Figures Contemporaines” inserita nel quotidiano Le Figaro. La prima edizione venne rilasciata nel 1891 e ne seguirono molte altre, per un totale di





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)

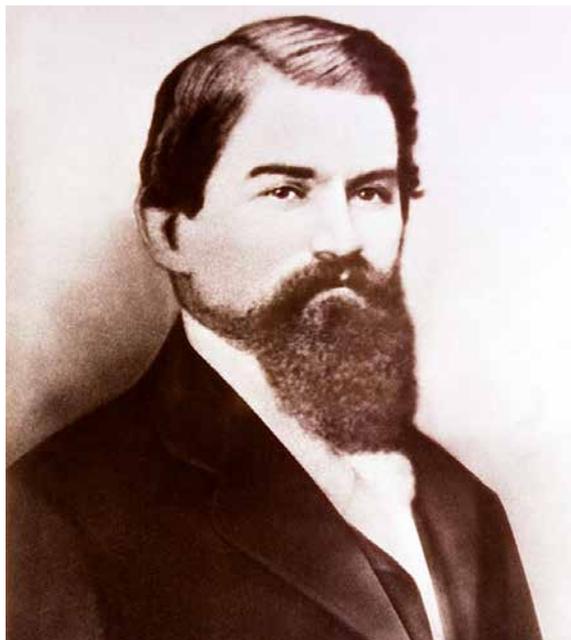
# AMARO PUGLIESE NON SOLO UN DIGESTIVO

BEVI RESPONSABILMENTE



“Amaro Pugliese parla di genuinità, natura, sapienza artigianale, una storia sempre nuova quando è raccontata”.

**50**  
ANNI



**PREPARATI  
SOPRA  
UN'ETICHETTA  
DI UN  
PRODOTTO A  
BASE DI COCA  
A SINISTRA  
JOHN  
PEMBERTON.**

gia, tale John Pemberton, che nel 1884 patentò il suo Pemberton's French Wine Coca, ispiratosi al Vin Mariani.

Un anno dopo ad Atlanta venne proclamato una sorta di proibizionismo, promulgato dal Ku Klux Klan e volto a discriminare il più possibile la comunità afroamericana locale. Questo provvedimento ebbe però ripercussioni sulle attività di tutta la popolazione cittadina. John Pemberton fu costretto a riformulare la sua ricetta. Sostituì il vino con soda ed estratto di cola. Nacque così quella che oggi è conosciuta come Coca-Cola e che al tempo conteneva un quantitativo di cocaina assai elevato.

Per contrastare la concorrenza di Pemberton, Mariani decise quindi di aumentare il dosaggio di coca nel vino, portandolo a 7,2 mg per oncia per il mercato americano. Il piano di espansione commerciale negli Stati Uniti si attuò soprattutto grazie alla fondamentale collaborazione tra Mariani e suo cognato Julius Nathan Jaros, nato il 26 agosto 1856 a Philadelphia e che nel 1887 aveva sposato Virginie Mariani, sorella

minore di Angelo. Trasferitisi a vivere a New York, Julius e Virginie furono incaricati da Mariani di seguire la produzione ed il commercio dei prodotti Mariani in tutti gli Stati Uniti ed in Canada, con diverse succursali a Montreal e New York.

Agli inizi del XX secolo Mariani contava succursali distribuite nelle maggiori capitali internazionali: oltre alle già menzionate New York e Montreal vi erano anche Berlino, Bruxelles, Alessandria d'Egitto, Saigon, Ginevra e Londra. Molteplici erano anche i produttori, sia in Francia sia in altri paesi, che avevano intrapreso attività commerciali focalizzandosi sulla produzione di tonici e altre bevande a base di coca. Tra questi si può ricordare Coca des Incas di Jean Baptiste Blanjot, Vin Bravais di Raoul Bravais e figli in Francia, mentre in Italia vi era il celebre Coca Bu-

*Nel 1885  
Pemberton  
sostituì il vino  
con soda ed  
estratto di cola.  
Nacque così  
la Coca-Cola*

**Le Vin Mariani se bonifie en vieillissant en cave et prend le goût velouté du vieux Bordeaux.**

## Avis très important

Nous sommes obligés de mettre en garde le public, aussi bien que le corps médical, contre les **nombreuses contrefaçons, les substitutions sans efficacité et les mauvaises imitations** du Vin Mariani.

Rien ne saurait mieux démontrer la haute valeur, l'incontestable puissance régénératrice du Vin Mariani que les innombrables imitations qui en sont faites. Mais il importe de prévenir les consommateurs et de les mettre en déliance contre ces fraudes et ces substitutions qui peuvent être nuisibles. Pour éviter tout désappointement, nous prions MM. les médecins aussi bien que le public **d'insister chez les fournisseurs** pour obtenir, *non pas un produit similaire et soi-disant plus avantageux, mais le Véritable Vin Mariani* dont nous donnons ci-contre le modèle exact de la bouteille, nue et enveloppée.

### Maisons et Succursales Mariani

Paris, 41, B<sup>d</sup> Haussmann.

Neully-sur-Seine (usine), 10-12, rue de Chartres.

New-York, 52, West, 15<sup>th</sup> Street.

Londres, 49, Haymarket.

Berlin, W. Charlotten Strasse, 56.

Bruxelles, 65-66 B<sup>d</sup> de Waterloo.

Genève, Uhlmann-Eyraud.

Saigon (Cochinchine), 71, rue Pellerin.

Montreal (Canada), 87, Saint James Street.

Alexandrie (Égypte), 8, rue Missalla.

Vente au détail dans les bonnes pharmacies de tous les pays.

**AVIS**



Modèle de la bouteille nue.

**Se méfier des Imitations**



Modèle de la bouteille enveloppée.

**Se méfier des Contrefaçons**

#### ESPANSIONE

SOPRA UN AVVISO CON LA LISTA DELLE SUCCURSALI DI VIN MARIANI E ALCUNE ETICHETTE DI PRODOTTI A BASE DI COCA E KOLA.



ton, storico marchio bolognese fondato da Jean Buton e Giovanni Rovinazzi.

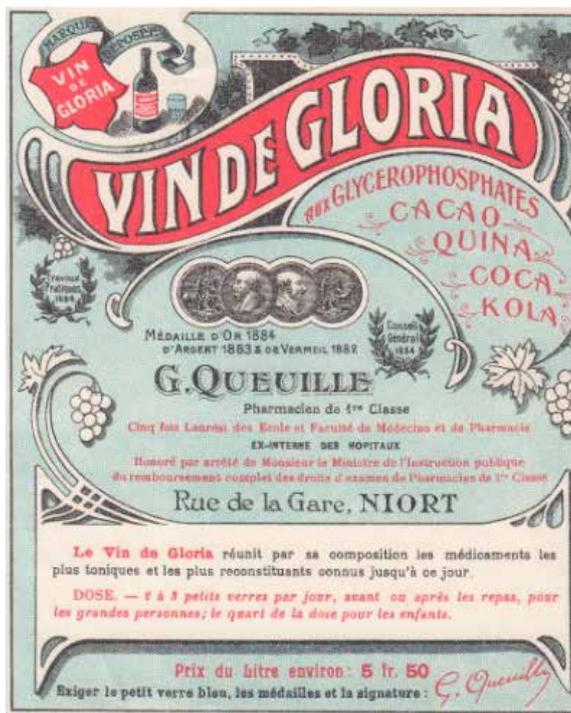
I numerosi inserti pubblicitari del tempo rappresentavano l'originale bottiglia del Vin Mariani, completa della sua etichetta e del tappo con sigillo, oltre a un ulteriore disegno che riproduceva la bottiglia avvolta nella sua caratteristica carta marcata. Il messaggio invitava tutti coloro che acquistavano il Vin Mariani a diffidare da eventuali imitazioni già presenti e di utilizzare i disegni forniti come confronto con l'originale.

Nonostante l'indiscussa popolarità che i prodotti a base di coca stavano guadagnando, agli inizi del XX secolo la coca stessa iniziò ad essere osservata

e considerata sotto un diverso aspetto. Non più come rimedio a numerosi disturbi, bensì una sostanza che, oltre a creare dipendenza in chi la assumeva, poteva a sua volta creare seri problemi di salute se assunta in alte concentrazioni.

Nel 1910 il Presidente americano William Howard Taft, in un discorso rivolto al Congresso, disse «la cocaina ha posto il più grande problema che gli Stati Uniti abbiano mai dovuto affrontare». Sei anni prima di questa dichiarazione, nel 1904, la Coca-Cola di Pemberton fu costretta a rivedere nuovamente la ricetta eliminando l'estratto di coca.

Nel 1906 il Food and Drug Act costrinse Mariani a dichiarare che non vi era cocaina nel suo prodotto, ma solo infuso di foglie di coca. La Suprema Corte penalizzò fortemente l'attività commerciale di Mariani sul suolo americano. Ma tutto ciò non scoraggiò l'imprenditore francese poiché, già a partire dal 1910, il suo vino tonico non conteneva più cocaina. La morte raggiunse Angelo Mariani nel 1914, a soli 3 mesi dall'inizio della prima Guerra Mondiale. Venne seppellito



presso il cimitero di Père Lachaise, a Parigi, insieme al segreto della sua ricetta.

La morte del creatore di questo rivoluzionario tonico, unita all'avvento del Proibizionismo nel 1919, non aiutarono Vin Mariani a mantenere il suo posto nel mercato americano. Secondo quanto riportato dal quotidiano The Sun del 4 Ottobre 1919, una compagnia di New York era stata incaricata di vendere, per conto di Julius N. Jaros, l'immobile sito al 52 West Fifteenth Street ad un certo Dr. Bryan de Forest Sheedy. Pochi anni dopo, nel 1925, lo stesso Jaros morì e venne seppellito nello stesso cimitero di Mariani, la moglie Virginie rimase in vita sino al 1945.

L'inarrestabile e consolidato successo di Coca-Cola fece lentamente crollare l'impero che l'instancabile e lungimirante giovane farmacista corso aveva creato in un periodo in cui non era stato ancora elaborato nulla di così gustoso ed intrigante.

Oggi il Vin Mariani viene prodotto at-

traverso un vino a base di uve Vermentino, vitigno diffuso nella Francia mediterranea ed in Corsica, unito ad un estratto di foglie di coca boliviana attentamente trattate sotto il controllo dell'autorità competente. Il tutto viene poi inserito nella fedele riproduzione della storica bottiglia da 50cl del 1863. Anno in cui un appena venticinquenne Angelo Mariani iniziò a conquistare il mondo, da Saigon a Londra, da Berlino a New York, animato da una tenace, volontà e da una innovativa strategia pubblicitaria

**Luca Rapetti**

# 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)*



# LATTE DI LEONE

Antico e popolarissimo spirito all'anice, orgoglio dei turchi

DI EUGENIO MACCHIA



In Turchia il Raki è considerato lo spirito nazionale, tradizionalmente bevuto liscio con acqua fredda a parte per diluirlo secondo preferenza di gusto. Il Raki è uno spirito aromatizzato con anice, non addolcito, molto consumato anche nei Balcani seppur con differenze sia di denominazione che di tecniche produttive. Viene servito tradizionalmente come aperitivo, accompagnato a frutti di mare e “meze”, tipici snack simili alle tapas spagnole. Il Raki turco è il risultato di una doppia distillazione di Suma (alcol ottenuto dalla fermentazione di uva disidratata o fresca) o di un mix di Suma e alcol

neutro. La base alcolica viene ridistillata in tradizionali alambicchi in rame con l'anice che rilascia il tipico e caratterizzante aroma finale.

Questo spirito è simile a molti altri prodotti del bacino mediterraneo come l'Arak, Pastis, Sambuca, Ouzo e altri aniciati. Tuttavia dobbiamo sottolineare che in alcune regioni dei Balcani, con il nome Raki o Rakia si fa riferimento anche a un distillato di vinacce assimilabile alla nostra Grappa, al greco Tsipouro, al cretese Tsikoudia, al cipriota Zivania o allo spagnolo Orujo, quest'ultimo protagonista di un tipico rituale. Aggiungendo acqua il Ra-



#### RAKI

QUI SOPRA, GLI ALAMBICCHI NELLA PAGINA A DESTRA UN BRINDISI CON IL RAKI.

ki muterà dal cristallino a un colore lattiginoso. Questo fenomeno ha fatto sì che il drink venisse popolarmente chiamato “aslan sutu”, che letteralmente significa “latte del leone”, con riferimento al colore assunto dal liquido e al suo grado alcolico.

*Per il colore lattiginoso dovuto all'aggiunta di acqua e il grado alcolico, il Raki veniva chiamato “latte di leone”*

La parola Raki deriva ed è assimilabile alla parola Arak, entrambe di origine araba, che indica trasudazione o condensazione. Se originariamente questa parola fosse riferita specificatamente alla distillazione, alla condensazione che

si forma su un bicchiere freddo o a una qualsiasi forma di trasudazione non è data certezza. Durante l'Impero Ottomano e sino al 19° secolo, i meyhanes, una forma di bar del tempo, gestiti da greci e albanesi, servivano principalmente vino

accompagnato da “meze”. Questo perché i sultani avevano imposto forti restrizioni sul consumo di bevande alcoliche per evidenti ragioni religiose. La Sharia, la legge coranica, perseguiva severamente coloro che contravenivano, tuttavia i consumatori di fede islamica non erano pochi.

Dal 1839 e sino al 1876 in Turchia si ebbe il periodo Tanzimat, un percorso riformista liberale dell'Impero Ottomano che cercava di modernizzarsi. Le Tanzimat furono il progetto civile di sultani riformatori come Mahmud II (1808-1839), Abdul Mejid I (1839-1861) e Abdülaziz (1861-1876), assistiti da alti funzionari (Pascià) formati in Europa. Tra questi ultimi vi furono Mehmed Husrev Pascià, Mustafa Reshid Pascià, Mehmet Emin Ali Pascià, Mehmet Fuad Pascià, Ahmed Cevdet Pascià e Ahmed Midhat Pascià. I meyhane ne beneficiarono, i consumatori furono tollerati e il Raki divenne una delle bevande favorite. Bisognerà aspettare sino all'inizio del 20° secolo perché il Raki assumesse lo standard produttivo attua-

# Gosling's

## BLACK SEAL CUP 2017

### COCKTAIL COMPETITION



#### semifinale:

2 maggio - Napoli  
8 maggio - Lecce  
9 maggio - Riccione

#### finale:

maggio 2017 Roma



AMERICA'S CUP  
BERMUDA 2017  
OFFICIAL RUM

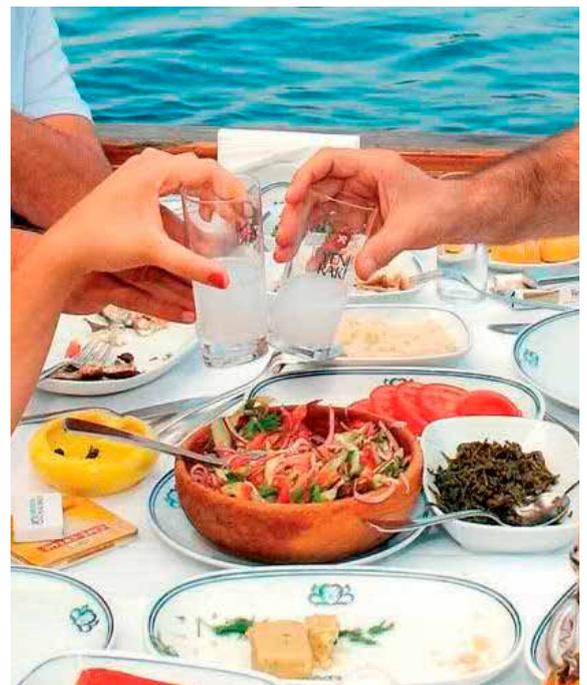
imported and distributed by

**PALLINI**

## PARTECIPA E VINCI LE BERMUDA

regolamento e scheda di partecipazione su

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



le e superasse il consumo di vino. In quel periodo il Raki era ottenuto dalla distillazione delle vinacce. Quando queste non erano disponibili si utilizzava alcol importato dall' Europa. Con la caduta dell' Impero Ottomano e l' inizio della modernizzazione in Turchia la distillazione di Raki passò sotto il controllo di Tekel, il monopolio di Stato per alcol e tabacchi, la cui prima moderna distilleria fu costruita nel 1944 a Izmir. La modernizzazione delle distillerie Tekel fu implementata nel 1993 e in tale periodo fu autorizzato anche l'uso

di alcol di melassa per un nuovo tipo di Raki. Questo nuovo Raki fu chiamato Yeni Raki, dove Yeni sta per "nuovo". Un Raki può arrivare ad avere un abv compreso tra il 45% e 50% con un utilizzo di anice e del suo principio attivo, l' anetolo, di circa l'1,5% per litro. La tutela turca del monopolio cessò nel 2002 e nacque la prima distilleria privata, ELDA, con a capo un gruppo di imprenditori di Izmir guidati



da Ekrem Demirtas, già presidente della locale Camera di Commercio. ELDA affidò la costruzione degli impianti della distilleria all'italiana Green Engineering che aveva già lavorato per Tekel e realizzato 11 impianti di distillazione nel paese. La nuova distilleria fu terminata nel 2003 con una capacità produttiva annuale di 15.000.000 di lt. Nel 2004, dopo soli 18 mesi, e dopo 60 anni di monopolio, nasceva Efe Raki, il primo Raki di una distilleria privata in Turchia. Oggi il Raki migliore è prodotto partendo dall'uva, il più tradizionale da uva disidratata.

Tra i giovani è molto popolare il Raki prodotto da uva fresca, prodotto per la prima volta da ELDA. Ma come è prodotto il tradizionale Raki da uva disidratata di questa distilleria? L'uva viene dosata

nella linea di trattamento mediante una clochea ed immessa su un nastro trasportatore per le operazioni di pulizia. Un primo step manuale prevede che l'uva venga liberata dalla presenza di grappi e foglie di dimensioni grossolane. Quindi l'uva viene sottoposta ad un doppio lavaggio con acqua calda per liberarla da materiale terroso o piccoli residui di varia natura. Questo processo si avvale di cilindri rotanti che funzionano come lavatrici la cui acqua di lavaggio viene riciclata nel sistema. Una volta puliti, gli acini di uva vengono sottoposti a cottura ad alta temperatura per poi essere tritati in due stage che faciliteranno il frazionamento dello zucchero. Il primo step servirà a separare i semi, il secondo le bucce. Quindi si passa alla pastorizzazione e succes-

# VILLA TEQUILA LOBOS

# 100%

# DE AGAVE

*Carlos Camarena*



Carlos Camarena  
MASTER DISTILLER  
BLANCO



VILLA LOBOS®  
TEQUILA BLANCO  
HECHO CON NUESTRAS MANOS Y CORAZÓN  
100% DE AGAVE

BOTTLED & INSPECTED BY:  
Paco  
NO. 346  
DATE: 12/03/13  
NOM 1139 CRT HECHO EN MÉXICO  
ESTATE - BOTTLED  
750 ml e



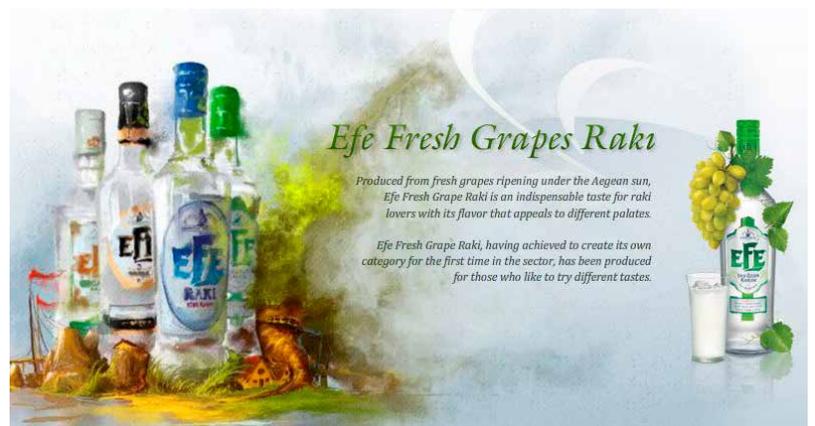
imported and distributed by

**PALLINI**

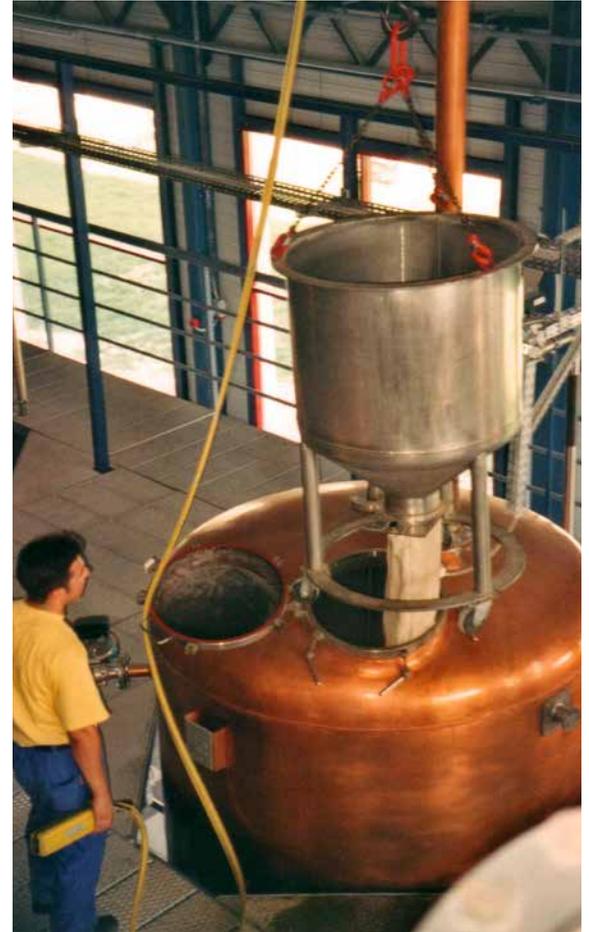


siva fermentazione con colture di lieviti selezionati. L'anidride carbonica che si sviluppa durante la fermentazione contiene una percentuale di alcol che non può essere disperso nell'atmosfera. I gas alcolici vengono convogliati in una wash column dove l'etanolo viene recuperato e riconvogliato nei tini di fermentazione. Il Raki ottenuto da un mix di Suma e alcol neutro è miscelato nella misura di 65:35% e sottoposto a taglio di teste e code di distillazione.

Gli alambicchi in rame utilizzati per la distillazione devono rispondere alle caratteristiche tecniche stabilite dal Turkish Food Index. Gli alambicchi devono avere una capacità massima di 5.000 lt ed essere in rame.



La miscela di alcol neutro, Suma e frazioni di precedenti distillazioni deve essere preventivamente preparata in un tino dedicato e solo dopo può essere trasferita nell'alambicco. La quantità di anice viene immessa direttamente nell'alambicco e solo allora la distillazione



**LAVORAZIONE**

IN ALTO, LO SCHEMA CON LE FASI DEL PROCEDIMENTO A SEGUIRE ALAMBICCHI E IMPIANTO DI LAVORAZIONE DELL'UVA ESSICCATA.

può cominciare.

Teste e code sono separate secondo l'esperienza del Raki Master che è responsabile del processo di distillazione e dalle cui scelte deriverà la qualità del prodotto finale. Il cuore della distillazione, chiamato gobek, viene quindi raccolto e

miscelato con acqua della fonte Sasal dal particolare contenuto minerale. Prima di essere imbottigliato il Raki rimane un mese in cisterna. In commercio esistono anche Raki invecchiati in botti di quercia, come il Sari Zeybek Raki prodotto da Elda.

**Eugenio Macchia**

# PPS

*PELLEGRINI PRIVATE STOCK*

*Top Quality Spirits*



# EROUVA®

PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

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

 Pellegrini Spa

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

## RICETTE RAKI

### LION'S TEA di Vincenzo Losappio

The Spirit - Milano

#### INGREDIENTI

- 40ml Raki
- 20ml succo di limone
- 60ml çay ( tè turco) aromatizzato alla curcuma e pepe verde
- 10ml rabarbaro Nardini

Tecnica: stir and strain. Glass: tazzina tè çay. Garnish: rametto di menta, zest lim



### ALZATI SPARTA di Giulio Tabaletti

Gradisca Cafè - Genova

#### INGREDIENTI

- 4cl Luxardo London Dry Gin
- 2cl Rakomelo
- 1.5cl succo di limone
- 1.5cl simple syrup
- 0.5cl Raki

Tecnica: shake & strain. Glass: coppetta cocktail.

Garnish: fetta di limone disidratata



### DEATH IN BOSPHORUS di Mario Farulla

Galvin e Demoiselle by Galvin - Dubai

#### INGREDIENTI

- 40ml Raki
- 30 overinfused cold brew Assam Tea
- Top di Champagne Henri Giraud rosé

Tecnica: Perlini method. Glass: flute. Garnish: no



### CARURAKI di Jan Bruno di Giacomo

Buatt- Eboli (Sa)

#### INGREDIENTI

- 20 ml Riserva Carlo Alberto Vermouth extra dry
- 30 ml Death's Door Gin
- 10 ml Crème de menthe verde
- 10ml Raki

Tecnica: Shake and Strain. Glass: tumbler basso.

Garnish: stella d'anice e menta fresca



### GULAB di Antonio Esposito

Akademia Cucina & More

Lucrino (NA)

#### INGREDIENTI

- 3,0cl Raki
- 3,0cl Knob Creek Rye Whiskey
- 2,0 cl acqua
- 1 bsp di zucchero
- 1,0cl Chartreuse verte
- 6 ramoscelli di menta

Tecnica: build, crushed ice. Glass: copper mug.

Garnish: bouquet di erbe aromatiche



### RAKI'N ROLL di Chiara Casati

Octavius- Milano

#### INGREDIENTI

- 10ml Raki
- 20ml succo di limone
- 30ml Don Q light Rum
- 10ml Galliano Vaniglia
- 3 foglie di menta
- Colmare con soda water

Tecnica: Shake & Double strain. Glass: highball.

Garnish: ciuffo di menta



### RAKI PUNCH di Nicola Ruggiero

Katiuscia Cocktail Bar- Bari

#### INGREDIENTI

- 4,5cl di Raki
- 2,0cl liquore di bergamotto
- 2,5cl oleo saccharum (arancia, limone, pompelmo, pepe)
- 3,0cl the verde al gelsomino
- 3,0cl sour mix

Tecnica: punch. Glass: tazza da the turco. Garnish: no



# PPS

PELEGRINI PRIVATE STOCK

Top Quality Spirits



# HIJA ILEGÍTIMA

Acquavite di Vinaccia affinata in botte da Rum

PELEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

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

 Pellegrini Spa

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

# PROFUMO DI LAVANDA

Facile da estrarre  
è una pianta  
molto versatile  
in miscelazione

DI **GIOVANNI CECCARELLI**

I termine lavanda o lavandula, indica un genere di piante arbustive, appartenente alla famiglia delle Lamiaceae. Il genere lavanda conta tantissime specie e ibridi: allo stato delle conoscenze attuali se ne contano 47, tuttavia, solo alcune di queste hanno importanza dal punto di vista commerciale.

La lavanda è una pianta annuale o perenne, originaria del bacino del Mediterraneo ma attualmente coltivata anche in Asia, nella penisola arabica, nelle isole Canarie e a Capo Verde. Morfologicamente è facile da riconoscere perché le infiorescenze sono spighe di colore viola. Il colore è talmente caratteristico che, nel linguaggio comune, viene identificato come 'color lavanda'.

Molto famoso è l'itinerario della lavanda, in Provenza, regione che si trova



nel sud-est della Francia, dove è possibile ammirare intere coltivazioni, molto suggestive durante il periodo di fioritura (giugno-agosto), visitare distillerie di oli essenziali e le aziende produttrici del famoso miele di lavanda.

La parola lavanda deriva dal latino lavare, tant'è che già gli antichi Romani utilizzavano questa pianta aromatica per profumare l'acqua dei bagni. Nel corso dei secoli è stata utilizzata anche nei processi di mummificazione, come presunto rimedio contro la peste e già dall'età vittoriana per creare profumi per il corpo.

Oggi queste piante sono coltivate principalmente per ricavarne gli oli essenziali utilizzati nell'industria cosmetica, dei detersivi e dei profumi. Questi oli trovano anche utilizzo nell'industria



alimentare e liquoristica, molti prodotti alcolici, tra le spezie o piante aromatiche che ne caratterizzano il bouquet, hanno i fiori di lavanda. Anche se meno interessante per i bartender, nei giardini sia privati che pubblici, la lavanda è una delle piante più importanti e utilizzate dal punto di vista ornamentale.

Tra tutte le specie, quelle utilizzate per l'estrazione degli oli essenziali sono: *Lavandula angustifolia*, chiamata anche Lavanda vera, *Lavandula x intermedia* (o *L. x hybrida*), chiamata anche Lavandino e *Lavandula latifolia*. Il lavandino (*Lavandula x intermedia*), ibrido sterile di *L. angustifolia* e *L. latifolia*, è originario del sud della Francia.

Si ritiene che il miglior olio essenziale derivi da *Lavandula angustifolia*, tuttavia questa affermazione non è supportata

da alcuna evidenza scientifica. Gli oli sono composti da più di 100 componenti aromatiche, ma quelle presenti in quantità maggiore, sono illinanolo e l'acetato di linalile. Il lavandino e la *L. latifolia* contengono anche canfora. La composizione di questi oli può leggermente variare a seconda della zona di coltivazione della lavanda. Per esempio, negli oli di lavanda indiana è presente anche citronella e geranio.

In fitoterapia ed aromaterapia gli oli essenziali di lavanda sono utilizzati per le proprietà sedative, rilassanti e

*La lavanda  
è coltivata  
per ricavarne  
gli oli essenziali  
utilizzati anche  
nell'industria  
liquoristica*



**FIORE**

IN ALTO, LA  
LAVANDULA  
ANGUSTIFOLIA  
E GLI OLI  
RICAVATI DALLA  
PIANTA.

anti-stress. Un rimedio della medicina popolare era quello di mettere dei sacchetti di fiori di lavanda dentro i cuscini

per conciliare il sonno. Si ritiene che gli oli di questa pianta possano avere altre proprietà, ma sono ancora oggetto di studio.

In miscelazione la lavanda è una pianta aromatica molto versatile perché molto facile da estrarre. Con una semplice infusione è possibile aromatizzare dell'acqua che poi potrà essere trasformata in sciroppo, aggiungendo la quantità necessaria di zucchero, oppure una soda aromatizzata. Nella preparazione della soda è fondamentale filtrare il composto, prima attraverso un colino, poi attraverso un filtro di carta per caffè filtro, in modo da rimuovere tutte le impurità che porterebbero alla perdita di effervescenza.



Con la lavanda è facile realizzare anche tinture alcoliche da spruzzare sui drink oppure da miscelare con altre tinture (alcune anche amare) per creare un bitter. Personalmente ritengo molto interessante il miele di lavanda, prodotto tipico della Provenza. Se si volesse utilizzare un miele di lavanda italiano, molto pregiato e non semplice da reperire, è possibile acquistare il miele di lavanda selvatica prodotto in Sardegna. Per utilizzare il miele in miscelazione è necessario diluirlo in acqua secondo la dolcezza e densità ritenuta più opportuna.

È importante precisare che una volta diluito, il miele non avrà più un tenore zuccherino tale da garantirne una lunga



conservazione, quindi diluire la quantità necessaria di volta in volta, conservare in frigo e consumare entro 2-3 giorni.

I fiori della *Lavandula x hybrida* sono una bella e profumata decorazione.

**Giovanni Ceccarelli**

# È NATO L'ISTITUTO DEL VERMOUTH DI TORINO

Per promuovere, attraverso un rigido disciplinare, qualità e diffusione del vino piemontese

DI GIULIA ARSELLI

**L'**iter che ha portato alla definizione legale della denominazione "Vermouth di Torino" si è concretizzato con la fondazione dell'Istituto del Vermouth di Torino. Il decreto attuativo è stato inviato a Bruxelles dal Ministero dell'Agricoltura.

Il 7 aprile 2017 è entrato di diritto nella storia del Vermouth di Torino con la certificazione da parte del notaio Paolo Bonomo della costituzione dell'Istituto da parte delle aziende e dei brand che rappresentano la stragrande maggioranza della produzione di questa denominazione: Berto, Bordiga, Del Professore, Carlo Alberto, Carpano, Chazalettes, Cinzano, Giulio Cocchi, Drapò, Gancia, La Canellese, Martini & Rossi, Mulassano, Sperone, Torino Distillati, Tosti. A questi primi soci fondatori, con caratteristiche diverse di storia e dimensione aziendale, si presume che si uniranno altri per condividere gli obiettivi e le attività di promozione.

L'Istituto del Vermouth di Torino avrà

sede nel capoluogo piemontese e al momento sono in via di perfezionamento la struttura operativa e i programmi di attività. Quest'ultimo punto sarà molto importante dovendo tenere conto dei diversi mercati in cui operare e gli obiettivi da raggiungere. «L'Istituto è un'associazione che ha lo scopo valorizzare, promuovere ed elevare la qualità del Vermouth di Torino – dichiarano i fondatori – la diffusione sui mercati attraverso il lavoro sinergico di tutti i produttori. Fondamentale sarà la collaborazione con associazioni di categoria, l'assessorato all'Agricoltura della Regione Piemonte, gli enti che sin dall'inizio hanno fortemente sostenuto, con i produttori, questa nuova vita del Vermouth in Piemonte».

Il lungo iter si è sviluppato su diversi tavoli di lavoro in un clima di estrema collaborazione e il risultato raggiunto lascia ben sperare nella crescita di una denominazione che rappresenta un bene collettivo della Regione Piemonte e dell'Italia. La visibilità su tutti i mercati



internazionali avrà certamente riflessi positivi anche sulla filiera agricola da cui provengono i principali ingredienti del Vermouth: vino, zucchero, estratti di erbe e spezie.

Il Vermouth di Torino è conosciuto nel mondo per la tradizione e la storia della sua produzione. La fama è indissolubilmente legata al Piemonte e a Torino, dove nel secolo XVIII, si sviluppò una vera e propria aristocrazia di vermuttieri grazie ai quali, in misura e modi diversi, la diffusione del Vermouth di Torino divenne internazionale, raggiungendo in tutta Europa una grande risonanza. Nel corso degli anni si è assistito all'evoluzione delle tecniche di lavorazione. Le nuove hanno affiancato via via le più antiche e la loro coesistenza continua ancora oggi a preservare e a valorizzare la tradizionale produzione di questo prodotto.

Il Vermouth (o Vermut) di Torino è inserito tra le denominazioni geografiche comunitarie sin dal 1991, senza che ne siano mai state indicate le caratteristi-

che o i processi produttivi per distinguerlo dalla più ampia categoria Vermouth a cui appartiene. In numerose occasioni, negli ultimi 20 anni, i produttori di Vermouth, consapevoli della necessità di una regolamentazione, si sono incontrati per definire un disciplinare di produzione. Finalmente, con il decreto 1826 del 22 marzo 2017, il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari e Forestali ha accolto la richiesta di protezione presentata dalla Regione Piemonte e ha riconosciuto l'indicazione geografica Vermouth di Torino / Vermut di Torino.

«Il Vermouth di Torino – si legge nel decreto – è il vino aromatizzato ottenuto in Piemonte a partire da uno o più prodotti vitivinicoli italiani, aggiunto di alcol, aromatizzato prioritariamente da Artemisia unitamente ad altre erbe, spezie». La zona di produzione comprende l'intero territorio del Piemonte. Il Vermouth di Torino deve avere colore da bianco a giallo paglierino fino a giallo ambrato e rosso, le singole caratteristiche sono

**CARICHE**

CARLO  
VERGNANO  
SOCIO  
ONORARIO  
ISTITUTO  
VERMOUTH.

legate agli apporti cromatici determinati dai vini, dalle sostanze aromatizzanti e dall'eventuale impiego di caramello. Odore intenso e complesso, aromatico, balsamico, armonico talvolta floreale o speziato. Sapore morbido, equilibrato tra le componenti amare – indotta dalla caratteristica aromatica dell'Artemisia – e dolci che variano a seconda delle diverse tipologie zuccherine. Titolo alcolometrico tra 16% vol. e 22% vol. I principi aromatici possono essere estratti mediante le tecnologie disponibili utilizzando come supporto vino, alcol, acqua, soluzioni idroalcoliche.

Tra le materie prime principali del Vermouth di Torino ritroviamo le piante del genere Artemisia, essendo obbligatoria la presenza delle specie absinthium e/o pontica coltivate o raccolte in Piemonte. Per la dolcificazione si può usare zucchero, mosto d'uve, zucchero caramellato e miele. Per la colorazione si può usare

soltanto il caramello. La denominazione può essere integrata con le diciture: EXTRA SECCO o EXTRA DRY per prodotti il cui tenore di zuccheri è inferiore ai 30 grammi per litro; SECCO o DRY per vermouth con meno di 50 grammi per litro; DOLCE per prodotti il cui tenore è pari o supera i 130 grammi per litro.

Nella lista degli ingredienti è possibile indicare il riferimento ai vini base impiegati con le specifiche denominazioni d'origine o indicazioni geografiche qualora rappresentino almeno il 20% in volume del prodotto finito.

Il disciplinare prevede la tipologia Vermouth Superiore per il prodotto con un titolo alcolometrico non inferiore a 17% vol. composto di vini prodotti in Piemonte pari ad almeno 50% e aromatizzato anche se non esclusivamente, con erbe - diverse dall'assenzio - coltivate o raccolte in Piemonte.

**Giulia Arselli**

---

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

---

GUY DE MAUPASSANT

THE GREEDY  
PREMIUM ITALIAN GIN



...ABBIAMO VOLUTO INTERPELLARVI! COSA ABBIAMO CHIESTO? DI "INTERPRETARCI"...

Siamo lieti di proporvi l'interpretazione di **Andrea Panella**, Bartender del **Mandarin Oriental Hotel** di Milano

**ITACTANG:** 4 cl. Sake; 3 cl. CINICO; 3 cl. Spremuta di pompelmo rosa. Tecnica di Preparazione: sifone con una carica di Co2. Garnish: Scorza di pompelmo e foglia di tabacco caramellata

**SIPS OF THE WORLD:** 5 cl. GREEDY GIN; 2 cl. succo di pomodoro; 2 cl. frullato di mango; 1,5 cl. sciroppo di zucchero al coriandolo. Tecnica di preparazione: Shake & strain. Garnish: crosta di Sumac

#cinicheinterpretazioni #greedyinterpretations #greedygin #cinicoliquore #thegreedygin #cinico  
[www.abouten.it](http://www.abouten.it)



---

“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...

ABOUT  
TEN

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



Cinico & Greedy  
BEVI RESPONSABILMENTE

Tel. +39 393 9901367



# BOLLICINE A CONFRONTO

Heidsieck e Roger Pouillon, distanti nel tempo ma vicini per stile e pensiero

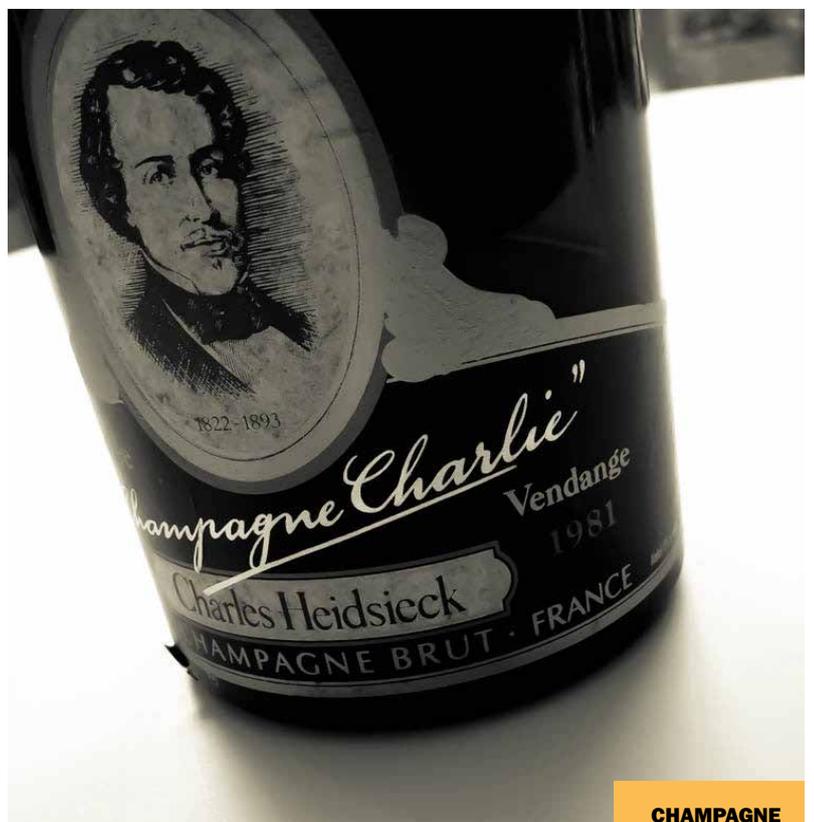
DI VALENTINA RIZZI

**D**all'Ottocento a oggi, due Maison hanno affinato la ricerca dell'eccellenza attraverso studi, sviluppi, evoluzioni enologiche. Una, storica icona affermata nel mondo dello Champagne, l'altra, più giovane e già celebrata promessa. Entrambe con "qualcosa" da raccontare: un perlage color rosa. Perché la bollicina non va solo bevuta, va ascoltata, capita.

Lo Champagne nasce tra Reims ed Epernay, le sue capitali, attraversate da quell' Avenue du Champagne dove hanno sede alcune delle cantine più prestigiose del mondo. Heidsieck è l'immagine dello Champagne cosmopolita "giramondo

instancabile". Il nome degli Heidsieck echeggia per la prima volta nella regione della Champagne per merito di Florens Louis Heidsieck, figlio di un pastore luterano della Vestfalia trasferitosi in Francia.

Nel 1785 fonda la Maison Heidsieck & Co., destinata a divenire protagonista di primo piano nell'universo della Champagne. Senza discendenti diretti Florens chiese ed ottenne che fossero i suoi nipoti a continuare il lavoro da lui intrapreso. Fu proprio Charles-Camille, nato nel 1822, che durante i suoi studi in Germania iniziò ad appassionarsi al mondo degli affari. Giovane dallo spirito avven-



**CHAMPAGNE**

A SINISTRA  
CHARLES  
CAMILLE  
HEIDSIECK.  
SOPRA, UNA  
DELLE  
OMONIME  
ETICHETTE.

turoso Charles-Camille si mostrò subito degno dello spirito di famiglia. Dopo aver lavorato per qualche tempo nell'azienda dello zio, Charles-Camille a soli 29 anni fondò, nel 1851, una Maison de Champagne dove produrre un vino rappresentativo della sua personalità e del suo gusto, al punto da portare persino il suo nome di battesimo.

Con la sicurezza di chi è guidato da una chiara visione, Charles non comprerà mai delle terre: le vigne devono rimanere nelle mani dei viticoltori e del loro savoir-faire. In compenso, dimostrando grande lungimiranza, Charles investì – primo in assoluto – nell'acquisto di crayères risalenti al II secolo: un labirinto di nicchie e gallerie sotterranee ideali per far affinare i vini. Soltanto altre quattro Maison avranno l'audacia di compiere la stessa scelta.

Charles Heidsieck fu il primo imprenditore della Champagne a tentare il successo in America. Ovunque andasse, era riconosciuto come un'icona, un ambasciatore della Champagne e della Francia, al punto che per ordinare il suo



vino si domandava semplicemente una bottiglia di Charles. Charles si guadagnò il soprannome di Champagne Charlie. Al trionfo alle Esposizioni Universali di Parigi (1855) e di Bordeaux (1859) seguono una serie di premi e riconoscimenti. I monarchi più importanti iniziarono a prediligere Charles Heidsieck tra tutti gli Champagne. All'inizio del XX secolo Charles Heidsieck era lo Champagne ufficiale delle Corti di Svezia, Inghilterra, Paesi Bassi, Portogallo, Baviera, Prussia, Saxe-Weimar, Spagna, Lussemburgo, Austria. Nel 2011 La Maison venne cedu-



ta alla famiglia Descours il cui semplice obiettivo era quello di mantenere nel tempo l'autenticità di questo grande di Francia.

Lo champagne Charles Heidsieck è maschio, elegante e raffinato. Un vero gentiluomo proprio come il suo fondatore. L'iconico Rosè Reserve in cima alla classifica delle Rosè Cuvée è il risultato

di molteplici esigenze. La curva della sua crayère N°9 a Reims è unica al mondo e ha ispirato il design originale delle bottiglie di rosè Reserve. L'estetica monocromatica delle bottiglie "Cryères" è direttamente ispirata al patrimonio della casa che si prende

cura di ritrasmettere lo spirito nelle storiche etichette. Tutti i vini vengono vinificati, cru dopo cru, varietà per varietà, in acciaio inox.

Il Rosè Reserve, Champagne è elaborato con vini d'annata per l'80% ( di cui 1/3 Chardonnay, 1/3 Pinot Meunier e 1/3 Pinot Noir) attentamente selezionati

tra 60 differenti cru dallo chef de cavè, e per il 20% con vini riserva, di almeno 10 anni, in egual produzione tra Chardonnay e Pinot Noir. Il delicato color rosa si ottiene unicamente dal 7% di Pinot Noir vinificato in rosso. Affinato in bottiglia "sur lies" per almeno 36 mesi. Riccamente tostato e cremoso nella struttura con acidità finemente levigata, dona un naso ricco e complesso di brioches tostata, uva passa dorata, marmellata di ciliegie, pesca matura e offre un finale lungo e speziato. Uno Champagne da bere oggi.

Spostandoci nella Vallée de la Marne possiamo scoprire un altro Champagne degno di attenzione. La maison "Champagne R.Pouillon" nasce nel 1947 quando Roger Pouillon, all'epoca vignaiolo presso un negoziante champenois, decise di vinificare ed elaborare uno Champagne frutto delle proprie vigne che possedeva nel comune di Mutigny. Con gli anni Roger si appassionò allo Champagne e decise di concretizzare la sua passione creando il proprio marchio. Nacque così Champagne Roger Pouillon".

Nel 1965 Jame, unico figlio, e Roger avendo un proprio torchio non lavoravano con le cooperative. Il loro status di R.M ( Récoltant Manipulant) li poneva nelle

*Heidsieck conserva la sua autenticità: maschio, elegante e raffinato come il suo fondatore*

# 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



ideali condizioni di seguire con maestria ogni fase di elaborazione, dalla pianta alla bottiglia. Nel 1967 i comuni sui quali si estendevano i loro vigneti erano tre: Mutigny, Mareuil sur Ay e Tauxières. Nel 1987 si sarebbero estesi fino alla Cote des Blancs dove quasi 2 ettari di Chardonnay sono classificati Grand Cru.

In 40 anni tutto si è molto evoluto, grazie all'espansione dell'azienda e al progresso: i metodi di coltura, i trattamenti contro le malattie della vite, il materiale, le tecniche di vinificazione e la spumantizzazione, le infrastrutture, il personale. James, giovane vignaiolo, aveva fatto evolvere le abitudini di suo padre scoprendo le vasche smaltate al posto delle vecchie botti, il trattore idraulico in aiuto

ai cavalli con il carro, le "giropalettes" in complemento ai "pupitres". Il progresso tecnico aveva rivoluzionato la pratica e lo spirito. Oggi è attiva la quarta generazione. Fabrice Pouillon, coadiuvato da sua moglie, pratica ancora una viticoltura artigianale e ragionata. All'ora dello "sviluppo duraturo" James e Fabrice vogliono essere pionieri nel mondo viticolo.

Quanto all'attività commerciale, esse si diversificano permettendo di esportare gli Champagnes Pouillon in Stati Uniti, Giappone, Emirati Arabi, Italia, Belgio, Canada, Australia e Inghilterra. Le esportazioni rappresentano il 30% delle vendite che raggiungono 85.000 bottiglie annue. Oggi la cantina si trova a Mareuil sur Ay e si avvale di 15 ettari includendo i vigneti

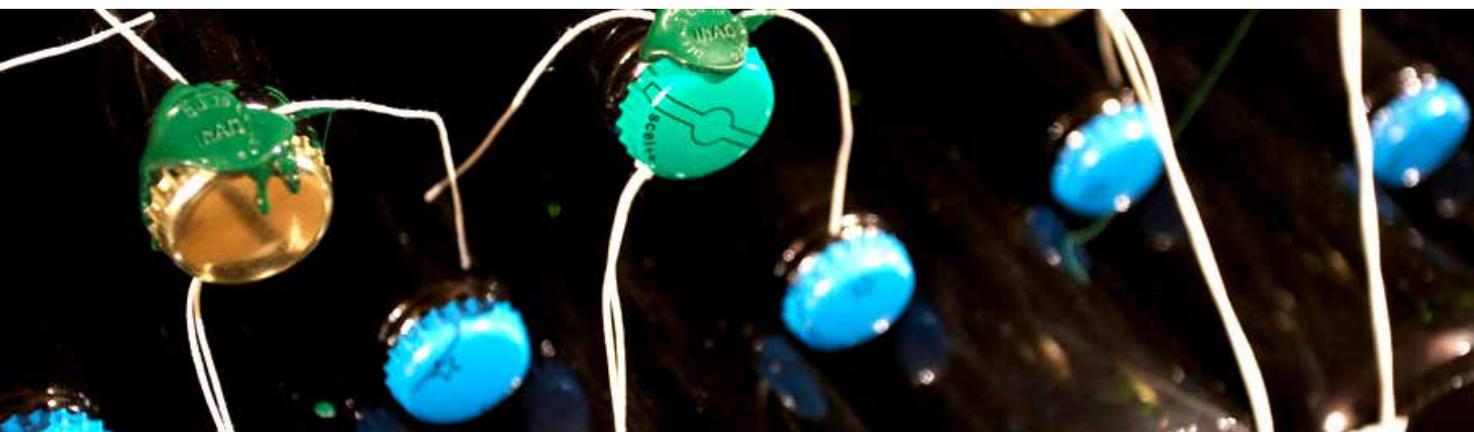
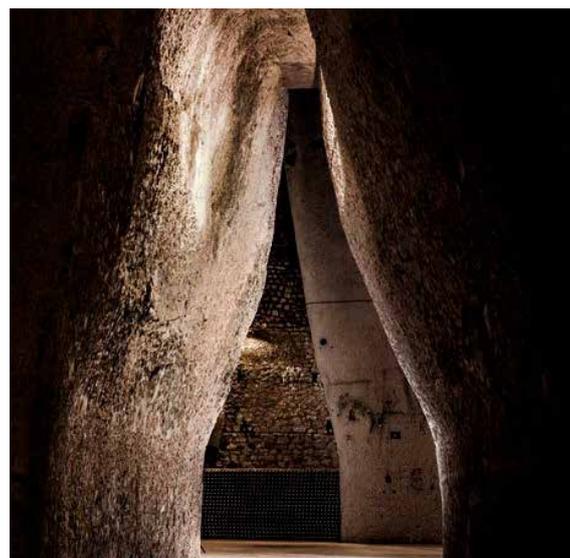
# 1821 MARASCHINO *L'originale.*

*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





di Ecueil coltivati a regime biologico. Nel 2004 lo Champagne proveniente da questi vigneti era l'unico prodotto secondo il metodo ancestrale, a rifermentazione spontanea. Fabrice e la moglie Elodie proprietari di questo vigneto hanno un progetto tutto loro, produrre uno Champagne in quantità limitata ma veramente eccezionale.

Dal 2004, e per ogni vendemmia successiva, Elodie & Fabrice hanno selezionato i grappoli in quelle parcelle con alto livello di maturazione. È un lavoro da farsi durante tutto l'anno. Limitando la produzione tramite potatura verde, controllando le rese e, naturalmente, facendo tutto a mano, compresa la raccolta.

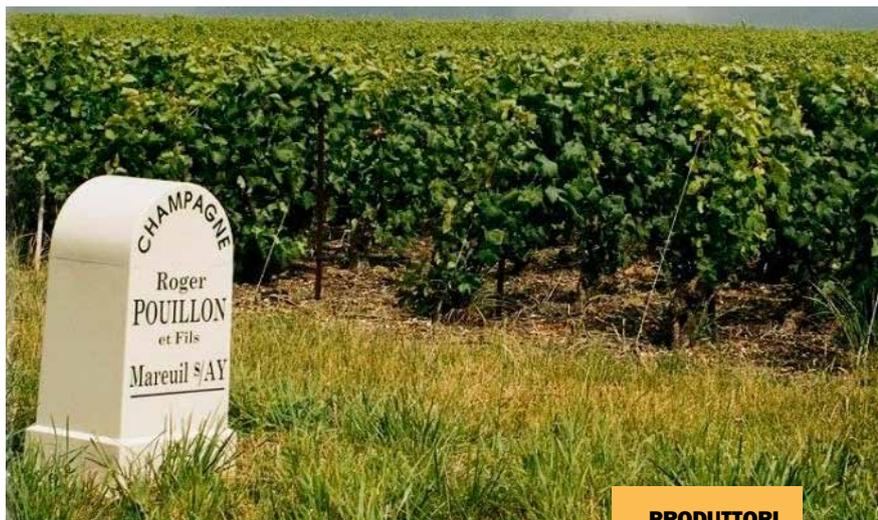
La filosofia dello Champagne 2XOz è

produrre uno Champagne senza l'uso di saccarosio. Nella vinificazione di questo Champagne Elodie e Fabrice vogliono usare solo lo zucchero naturale delle uve (nessun zuccheraggio quindi, ma solo mosto nel dosaggio). Per fare ciò devono utilizzare uve con una maturità superiore del 30% rispetto alle uve normalmente usate in Champagne. Lo zucchero naturale dell'uva è composto da glucosio e fruttosio che sono compresi nella famiglia degli Hexoses.

Il loro Champagne quindi è composto solo da 2 X oz. Da 15 ettari di vigneti, Elodie & Fabrice possono selezionare solo una piccola quantità di uva per produrre 2Xoz, perché sono obbligati a selezionare solo vigne molto vecchie,



con la migliore esposizione e qualità dei grappoli, qualità non sempre presenti in ogni vendemmia. È veramente una produzione molto limitata ma degna di nota. Dopo un primo esperimento non millesimato, il 2004 è il primo 2Xoz della serie, prodotto in 2.547 bottiglie numerate. È uno Champagne dal singolare colore oro rosato per un naso molto particolare: prima evidenza i petali di rosa, quindi una buona mineralità calcarea, note legnose equilibrate, tostature e, a chiudere, ecco farsi man mano avanti un gran frutto



**PRODUTTORI**

A SINISTRA  
FABRICE  
POUILLON,  
DELL'OMONIMA  
CANTINA.

matturo, che è un po' la firma di Fabrice Pouillon. L'assaggio è pieno e coerente con l'olfatto: all'attacco concentrato sulla sapidità e sulla mineralità (gessosa), poi fruttato in maniera accattivante, tanto da arrivare a note esotiche tipo passion-fruit. È uno Champagne sicuramente intrigante, ma non per tutti, diciamo per grandi appassionati. La critica già ne parla come uno Champagne da collezione e per pochi.

Nato da una leggenda, lo Champagne ha da sempre rappresentato il lato migliore della vita, ha ispirato artisti, consacrato ogni ricorrenza, incoronato i Re, celebrato i vincenti e consolato gli sconfitti. È l'invitato d'onore a ogni festa.

**Valentina Rizzi**

# DRINK&CUCINA

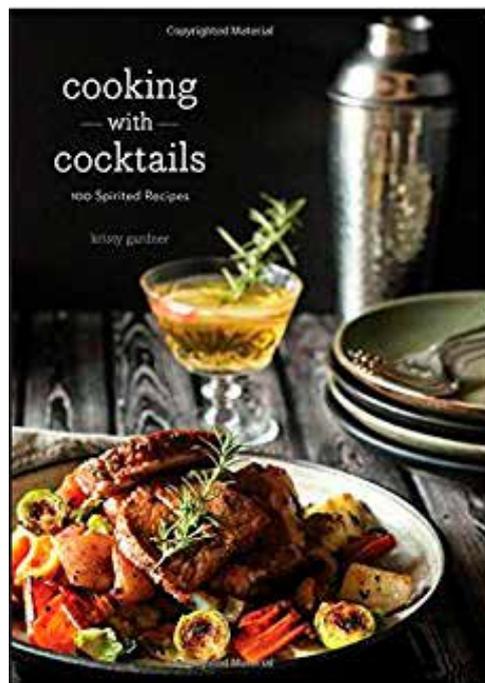
## COOKING WITH COCKTAILS

DI KRISTY GARDNER

Countryman Press – pag. 256 – euro 23,00 ca

**C**ucinare con il vino è una pratica che si radica nella gastronomia da tempi lontani. L'uso del vino nel cucinare risale già al tempo dei romani e prima ancora agli etruschi. Il vino e la cucina hanno sempre formato una coppia in grado di esprimere eccellenti combinazioni di gusto. È un legame molto forte e ben saldo nella realtà quotidiana. Questo concetto è stato sempre uno dei leit motiv di Julia Child, cuoca, scrittrice e personaggio televisivo americano che dal piccolo schermo influenzò molto la cucina della società americana.

Nel suo libro "Cooking with Cocktails" Kristy Gardner ha fatto sua l'idea di Julia Child elevandola a un nuovo livello. Nel libro, Kristy abbina la cottura dei cibi a quegli spiriti che trovano piena applicazione al bar. Beninteso, non è la prima volta che questo succede, ma in questo caso la ricerca e le applicazioni sono ben più specifiche. Il risultato è un'avventura gastronomica che esplora le radici della cucina italiana e francese in particolare. Se alcune espressioni del bartending moderno propongono una cocktail culture influenzata da ingredienti e tecniche che trovano origini e piena applicazione proprio in cucina, in questo libro tipici ingredienti da bar giocano un ruolo importante nelle ricette presentate con una forte caratterizzazione. Tra le ricette: Irish



Whisky con zuppa di cipolle alla francese, gamberoni al Limoncello con pepe nero fresco, ciliegie aromatizzate con vaniglia e anice al Whiskey. Il parallelo tra il concetto di cucina liquida espresso da alcuni bartender e gli abbinamenti proposti dall'autrice risulta ben evidente e non mancherà di attirare attenzione da parte dei primi.

Le 100 ricette puntano sulla stagionalità degli ingredienti freschi, alcune di facile realizzazione e altre più complesse, non propriamente a basso contenuto calorico, sono ben presentate con 75 foto a colori. Un libro di cucina che può essere interessante fonte di riflessione e ispirazione.

**Alessandro Palanca**

**LUXARDO®**

BEVI RESPONSABILMENTE

*The craziest  
Negroni is  
White*



White Negroni



20 ml - ¾ ounce  
of Luxardo Bitter Bianco  
+  
20 ml - ¾ ounce  
of Luxardo London Dry Gin  
+  
20 ml - ¾ ounce  
of white Vermouth  
Garnish with Lemon Peel



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

Bevi Responsabilmente

AGAVE  
EARTH  
FIRE  
MEZCAL



MADE IN MÉXICO  
DISTRIBUITO DA ONESTI GROUPspa