

# BarTales

ANNO IV | N. 11 | LUGLIO 2017

## *Liquid Story*

VERY  
BRITISH

## *Bar Story*

L'ACQUAVITE  
DAL SAPORE DOLCE

## *Cocktail Story*

UN DRINK  
CON LE STELLETTE

ANCHO REYES

# SPIRITO CALDO



- 5** **L'editoriale** di Melania Guida  
TENDENZA MEXICO
- 6** **News DAL MONDO**
- 8** **Hot Spirit** di Alessandro Palanca  
SPIRITO CALDO
- 16** **Liquid Story** di Luca Rapetti  
VERY BRITISH
- 30** **Bar Story** di Giulia Arselli  
L'ACQUAVITE DAL SAPORE DOLCE
- 36** **Cocktail Story** di Alessandro Palanca  
UN DRINK CON LE STELLETTE
- 45** **Zoom** di Valentina Rizzi  
PREGIATISSIMO MEUNIER
- 54** **Competition/1** di Fabio Bacchi  
IN PRINCIPIO ERA IL PUNCH
- 64** **Competition/2** di Fabio Bacchi  
IL RUM DELLE CENTO GHINEE
- 74** **How to Feel** di Giovanni Ceccarelli  
IL PIACERE A CERTE CONDIZIONI
- 78** **Report** di Alessandro Serrani  
SPIRITO DI GRUPPO
- 82** **Book corner** di Alessandro Palanca  
IL SAPORE DEL PASSATO



**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,  
Alessandro Palanca, Luca Rapetti,  
Valentina Rizzi, Alessandro Serrani**

**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**

# AMARO PUGLIESE NON SOLO UN DIGESTIVO

BEVI RESPONSABILMENTE



Un amaro così  
poteva nascere solo in Puglia.

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.

# TENDENZA MEXICO

**N**on solo spiagge da sogno, un mare cristallino e una delle più belle barriere di corallo. C'è una cultura millenaria che ancora stupisce, che ancora non ha rivelato tutti i suoi segreti, in Messico. Senza addentrarci nell'archeologia o nell'antropologia di uno dei paesi più straordinari del pianeta, pensiamo solo alle bevande fermentate che i vari popoli dell'antichità hanno miscelato perché avessero un ruolo chiave nelle più radicate tradizioni e nelle celebrazioni dei riti sacri più ancestrali. *Torito*, *Xtabentùm*, *Blaché*, per dirne alcuni. Dalla profonda conoscenza del territorio e delle sue piante, considerati un dono dei loro dèi, gli antenati dei messicani plasmarono i sapori di quella cultura per realizzare liquori che, offerti spesso in sacrificio, servivano sostanzialmente a cementare la coesione sociale tra i gruppi. Non solo Tequila e Mezcal, dunque. Mais, erbe e corteccia d'albero sono alla base di un'enorme varietà di alcolici. L'Ancho Reyes, per esempio (a pag. 8). Mistico nel nome e originario della zona di Puebla, per il carattere speziato e la singolare versatilità in miscelazione è uno degli spiriti che più degli altri ha catturato l'attenzione degli addetti ai lavori. Insieme, è notizia recente, a un'acquavite decisamente speciale: il Tequila *Casamigos*. Quella che il divo Georges (Clooney), insieme con Rande Gerber, (il marito di Cindy Crawford) e l'attore Mike Meldman hanno cominciato a produrre per gioco e per passione (a Jalisco, nel 2013, e il nome la dice lunga) per uso personale, per feste private o degustazioni tra amici e che invece sta per essere acquistata nientemeno che da un colosso come Diageo. Per una cifra, che stando ai ben informati, sfiorerebbe il miliardo di dollari. Per diventare, dopo l'acquisizione di Don Julio, Peligroso e De León, il quarto Tequila brand acquisito dalla multinazionale. Mexico, più trend di così?





## AROMI DI QUERCIA

Già disponibile in UK la nuova release di Bulleit Bourbon Whiskey. In questo caso si tratta di una miscela di corn al 68%, rye al 28% e orzo maltato per il 4%. Imbottigliato a 46,5° il Whiskey è presentato con aromi di quercia, una consistente morbidezza, note di vaniglia e frutta secca con un lungo finale piacevolmente affumicato. È invecchiato nelle stesse botti di quercia americana del classico Bulleit ma vi rimane quattro anni in più.



## CLASSE DA CROCIERA

Il bartender sudafricano Marc McArthur è il vincitore dell'edizione 2017 di Diageo Global Travel World Class, la speciale sessione di World Class dedicata ai bartender che operano sulle navi da crociera. Marc McArthur è impiegato sulla Norwegian Cruise Line e rappresenterà la categoria dei bartender naviganti al global event che si terrà a Città del Messico dal 20 al 24 agosto dove incontrerà gli altri 56 partecipanti provenienti da tutto il mondo.

## WHISKY DI GLORENZA

Tra le colline della Val Venosta, in Alto Adige, nasce il primo Whisky italiano. Lo distilla la famiglia Ebensperger che gestisce la distilleria Puni, alle porte della piccola città di Glorenza. Malto d'orzo, segale e frumento per botti ex-bourbon provenienti dagli Stati Uniti, ex-marsala provenienti dalla Sicilia, ex-vino speciale dell'Alto Adige che riposano in vecchi bunker della Seconda Guerra Mondiale appositamente riadattati. Per finire nelle bottiglie disegnate da Christian Zanzotti vincitrici del "World's Best Design 2016" a Londra.



## DANZIG SUL TITANIC

Nello stand di Marie Brizard presente all'edizione di Vinexpo di quest'anno a Bordeaux era esposta una rarissima Marie Brizard Danzig Liquer. Si tratta di una bottiglia del 1912 accreditata come un recupero dai resti della nave Titanic. Il liquore è stato gentilmente messo a disposizione dal collezionista di bottiglie rare Michel-Jack Chasseuil che l'aveva comprata a un'asta nel 1988. Il Danzig Liqueur ha origini risalenti al 1600, creato da un olandese e contenente scaglie d'oro di 22 carati.



## LA VODKA DELLO SCANDALO

L'ultima campagna pubblicitaria di Smirnoff Vodka ha suscitato molto scalpore. Il brand scherza con la vicenda Russiagate che coinvolge il Presidente USA Donald Trump accusato di connessioni illegali con la Russia. A proposito del Moscow Mule il pay off di Smirnoff Vodka dichiara "made in America, ma saremmo felici di parlare dei nostri legami con la Russia sotto giuramento". Uno sguardo attento ai fatti di attualità.

## BOTTI PER CHITARRE

Bushmills Irish Distillery e Lowden Guitars hanno deciso di creare una partnership per la produzione di chitarre ottenute dal legno di alcune botti della celebre distilleria. Gli strumenti saranno ottenuti da tre differenti tipi di legno che George Lowden stesso ha selezionato in distilleria. Il primo pezzo ha richiesto 40 ore di lavoro. Lowden Guitars ha base in Irlanda del Nord e tra i suoi clienti ha avuto anche Eric Clapton. Lo strumento si chiamerà "Bushmills x Lowden F50 Guitar" e verrà venduto in 8 esemplari a 8.500 gbp circa.



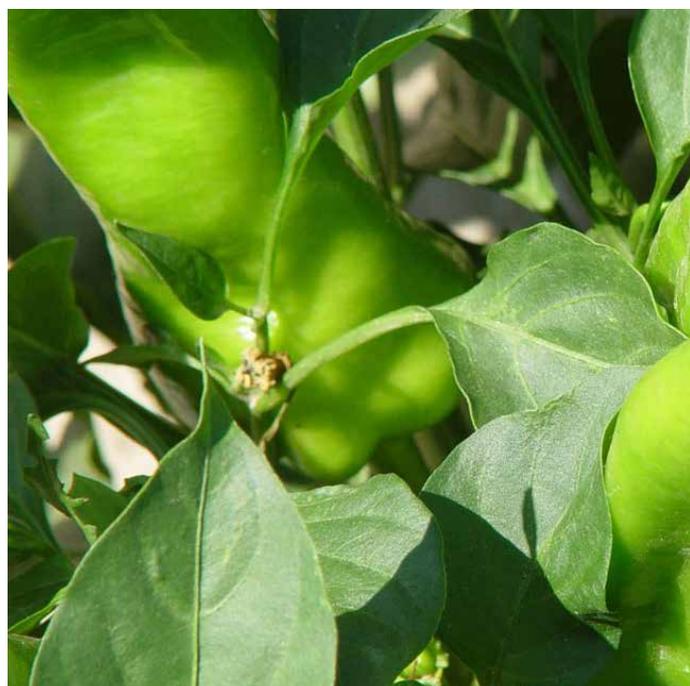
# SPIRITO CALDO

Speziato, piccante  
e denso  
è il bronzo di Puebla

DI ALESSANDRO PALANCA

I Messico è noto per i suoi spiriti di agave che si fondono con l'identità culturale del suo popolo diventandone ambasciatori di cultura e storia. Ma altre specialità arricchiscono l'offerta di un paese che, innegabilmente, negli ultimi anni ha attirato su di sé l'attenzione degli addetti ai lavori forse più di qualsiasi altro. Un liquore che già dal nome richiama il misticismo del Messico, Ancho Reyes. Anche in questo caso si tratta di un prodotto che nella sua natura si lega al territorio.

La storia aziendale vuole che nel 1927 nella città di Puebla de Zaragoza, capitale dell'omonimo stato di Puebla, si narrasse di un liquore prodotto artigianalmente con ingredienti locali. Un liquore strano, curioso, molto conosciuto in zona, prodotto nelle cantine Barrio del Artista. La ricetta era di proprietà della famiglia Reyes ed era stata elaborata partendo da uno dei tipici ingredienti del territorio, il peperoncino Chile Ancho varietà *Capsicum annum*. Questo peperoncino di medio tenore piccante è molto usato nella cucina locale del Messico e del Sud America in generale.



Il Chile Ancho è il nome della versione essiccata del peperoncino poblano verde, elemento molto presente nella cucina locale in diverse forme: crudo, essiccato,



**MEXICO**  
 SOPRA, UNA  
 TIPICA  
 INQUADRATURA  
 DI PUEBLA.  
 IN BASSO LA  
 PIANTA DI CHILI  
 E UNA  
 PUBBLICITÀ  
 DELL'ANCHO  
 REYES.



sotto forma di polvere. Quest'ultimo viene denominato chile poblano quando è fresco, raccolto una sola volta ogni tre anni tra agosto e settembre.

I contadini prestano molta attenzione alla terra di coltura in quanto la pianta assorbe molto nutrimento e il terreno ha bisogno di un periodo di riposo per rige-



#### PEPERONCINO

SOPRA A SINISTRA IL CHILE POBLANO, AL CENTRO L'ANCHO CHILE. A DESTRA, DALL'ALTO, LE 4 FASI DI PRODUZIONE: RACCOLTA, TAGLIO, MACERAZIONE, STOCCAGGIO.

nerarsi. Parte dei frutti vengono lasciati a maturare ulteriormente sulla pianta. Conseguenza di ciò sarà una concentrazione di sapori con aumento della dolcezza che bilancerà il gusto piccante, la perdita di acqua, il conseguente inizio di disidratazione e il cambiamento del colore che tenderà a imbrunirsi verso il rosso. Una successiva esposizione al sole dopo il raccolto porterà all'essiccamento finale, un colore molto scuro e la conseguente denominazione di Ancho Chile. La raccolta definitiva di quei frutti che adesso saranno chiamati Chile Ancho avviene tra ottobre e novembre.

Tutto il circondario della zona di Puebla è interessato economicamente da questa attività e il municipio di San Martin Texmelucan rappresenta la zona più importante ed interessata alla coltivazione del chile poblano. Gli esemplari migliori di Ancho vengono sezionati

manualmente e immersi in un distillato di canna da zucchero contenuto in piccoli tini di legno d'acero. Inizia così una macerazione che durerà circa sei mesi. La successiva fase è un filtraggio che precede un ulteriore periodo di stabilizzazione di qualche mese per permettere ai sapori di stabilizzarsi. Dopo questa ultima fase il li-

*Gli esemplari del peperoncino di Puebla vengono sezionati a mano e immersi in un distillato di canna da zucchero*

---

“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 un'interpretazione di **Francesco Drago** Head Bartender del **MOZART** di Bari  
**INSOLITO COLLINS** 4.5 cl GREEDY GIN; 2 cl liquore salvia e limone carlo alberto; 1.5 cl succo limone; 3 foglie salvia. Top acqua brillante recoaro. Garnish: rametto salvia limone essicato

**CINNAMON DARK SPICE** 4 cl jamaican rum; 2 cl CINICO; 1.5 cl succo lime. Top ginger beer. Garnish: lime flambato e cannella in pezzi. Enjoy!

#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



#### COCKTAIL

SOPRA, DA SINISTRA: ANCHO PALOMA; ANCHO VERDE DAIQUIRI, POBLANO BLOODY MARIA. QUI SOPRA LE EDIZIONI DELL'ANCHO REYES.

quore sarà pronto per l'imbottigliamento e l'etichettatura di ogni singola bottiglia eseguita manualmente secondo tradizione.

Questa ricetta ormai di lunga tradizione centro-americana vanta un grande numero di estimatori soprattutto tra i bartender che apprezzano il suo carattere speziato e la versatilità di miscelazione che dona alle ricette toni molto caratterizzanti.

Il colore di Ancho Reyes ha tonalità bronzo brillante, alla vista presenta subito una profonda densità che lascia immaginare intensità e complessità olfattiva e gustativa. I più attenti percepiranno una leggera nota piccante già all'olfatto, unitamente a legno, spezie, erbaceo, cannella e cacao.

Il gusto di Ancho Reyes tende al dolce, con buona acidità e un finale erbaceo dal quale emerge la nota caratteristica del peperoncino essiccato, moderata ma molto persistente. Nel complesso il liquore pre-

senta un ottimo equilibrio ben espresso dai suoi 40°. Il contenuto zuccherino è intorno ai 150 gr/lt.

Una special release è Ancho Reyes verde. In questo caso vengono utilizzati i peperoncini verdi e il carattere del liquore cambia totalmente. Al palato si presenta più erbaceo e fresco, con maggiore acidità rispetto all'originale. Questo grande cambiamento è da ricercare nella mutazione organolettica del chile poblano soggetto a diversa maturazione, così come affermato da Ivan Saldana, cofondatore del brand, circa le differenze dei due liquori.

Si consiglia di utilizzare Ancho Reyes verde con white spirit, l'originale con brown spirit. In Italia Ancho Reyes apparve in sordina a Milano all'edizione 2007 di Tuttofood, da allora è difficile trovare un cocktail bar che non ne abbia una bottiglia in dotazione.

**Alessandro Palanca**

**me**

**mezzoemezzo**<sup>®</sup>

NARDINI

dal  
1779

Villa Bartolotta Nardini

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

*il*  
**mezzoemezzo**<sup>®</sup>  
*Nardini*

LIQUORE APERITIVO

L'APERITIVO DEL PONTE DI BASSANO NASCE DALLA MISCELAZIONE  
DEL ROSSO NARDINI E DEL BABARBARO, VA SERVITO FREDDO CON  
L'AGGIUNTA DI SELTZ IN PARTI UGUALI ED UNA SCORZETTA DI LIMONE.

100 cl

L'APERITIVO  
STA NEL **MEZZO!**

**PREPARALO COSÌ:**

**1 PARTE**   
**MEZZOEMEZZO**

**1 PARTE**   
**DI SELTZ**

**GHIACCIO** 

 **SCORZETTA  
DI LIMONE**



BEVI RESPONSABILMENTE

## LE RICETTE ANCHO REYES

### **RYE FOR NOO** di **MATTEO REBUFFO** **Mad Dog** **Torino**

#### INGREDIENTI

- 30 ml Ardbeg Uigeadail
- 15 ml Cocchi Dopoteatro
- 15 ml Vermouth del Professore vaniglia
- 20 ml Amaro Lucano
- 15 ml Ancho Reyes

Tecnica: stir & strain. Glass: old fashioned con ghiaccio. Garnish: scorza di limone.



### **CHICA CALIENTE** di **JONATHAN SELBY** **Bulk - Milano**

#### INGREDIENTI

- 4,0 cl Ancho Reyes
- 2,0 cl liquore alla vaniglia
- 2,5cl succo maracuja
- 1,5cl succo di lime
- 1,0 cl sciroppo di zucchero

(1/1)

- 1 dash Tabasco

Tecnica: shake & strain. Glass: tumbler basso con ghiaccio. Garnish: mezzo passion fruit



### **PUEBLO** di **DIEGO GUAZZAROTTI** **Spaccio** **Senigallia (AN)**

#### INGREDIENTI

- 20 ml simple syrup
- 15 ml purea di passion fruit
- 30 ml Mezcal Bruxo No 1
- 30 ml Ancho Reyes
- 2 dash chocolate bitter

Tecnica: shake e strain. Glass: tumbler basso.  
Garnish: cioccolato grattugiato e passion fruit



### **HASTA LUEGO** di **ALESSANDRO** **IMPAGNATIELLO** **The Spirit - Milano**

#### INGREDIENTI

- 30 ml Villa Lobos Tequila Blanco
- 15 ml Ancho Reyes
- 10 ml succo di lime
- 10 ml nettare d'agave
- 15 ml succo di peperone rosso grigliato
- 3 dash Green Chartreuse

Tecnica: shake & strain. Glass: coppetta cocktail.  
Garnish: lime disidratato



**PUEBLA**  
di **VINCENZO LOSAPPIO**  
**The Spirit – Milano**

**INGREDIENTI**

- 40 ml Ron Roble viejo extra anejo
  - 10 ml Nocino Il Mallo
  - 15 ml Bodegas Tradicion Sherry Palo Corrado
  - 15 ml Ancho Reyes
  - 10 ml Caffè Moka Varnelli
- Tecnica: stir & strain. Glass: old fashioned. Garnish: orange zest



**MEXICO PARA TODO**  
di **MAX DABBICCO**  
**Mood Food & Coffee**  
**Bari**

**INGREDIENTI**

- 5,0 cl Tequila Villa Lobos anejo
- 2,0 cl Ancho Reyes verde
- 3,0 cl succo di lime fresco
- 1,0 cl Shrub vaniglia e avocado

Tecnica: shake & strain. Glass: old fashioned. Garnish: crosta di sale affumicato, lime disidratato, peperoncino fresco



**THERE'S ALWAYS HOP**  
di **ALESSANDRO ZAMPIERI**  
**Mercante – Venezia**

**INGREDIENTI**

- 15 ml Ancho Reyes infuso al luppolo Simcoe
- 40 ml Mezcal Elote Vago
- 30 ml sherbet al pompelmo rosa
- 30 ml succo di lime
- 2 dash bitter al cacao e arancia rossa
- 1 pizzico di sal de gusano

Tecnica: shaker. Glass: coppa. Garnish: scorza di pompelmo rosa



**MENAGE A TROIS**  
di **ROBERT PAVEL**  
**Fusion Bar & Restaurant**  
**Firenze**

**INGREDIENTI**

- 15ml di Ancho Reyes
- 30ml di Bitter & Umeshu\*
- 20ml di Sake Junmai Ginjo Nissin Shurui
- 30ml soda tè verde gunpowder\*\*

Tecnica: throwing eccetto la soda. Glass: versare la miscela in due bicchieri da Sake, la soda in una piccola teiera giapponese. Garnish: in un bicchiere adagiare una foglia di shiso e nell'altro una costa di lemongrass ed olio essenziale al pepe nero.

**Note**

\*miscela composta da 1 parte di amaro Carlo Alberto rosso e 1 parte di Choya umeshu.

\*\*8 grammi di t gunpowder tè per 5 minuti in acqua a 80' Raffreddare e diluire gli ingredienti ad eccezione della soda con la tecnica throwing.





# VERY BRITISH

Fresco e versatile,  
è il classico cocktail inglese

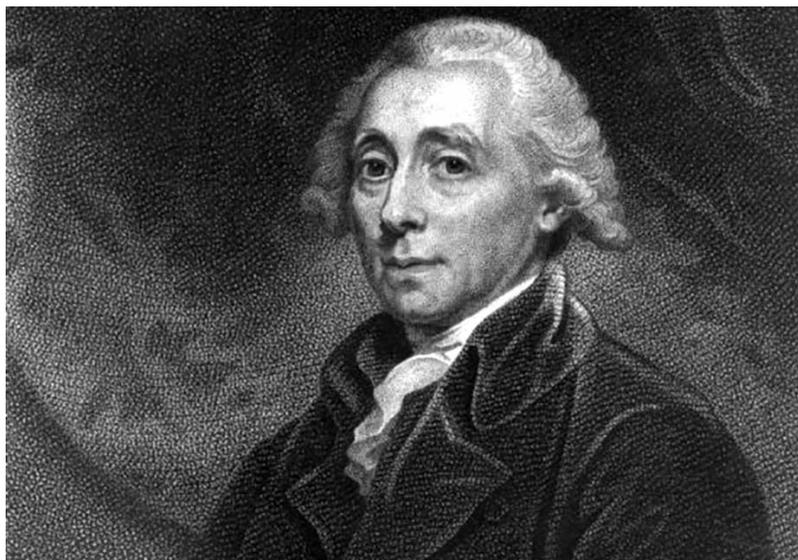
DI LUCA RAPETTI

**P**ochi giorni ormai mancano all'inizio del più celebre e rinomato torneo di tennis al mondo, che prende il nome proprio da un sobborgo di Londra: Wimbledon. Oltre che essere la più antica competizione tennistica al mondo, il torneo di Wimbledon è talmente importante per il popolo inglese, al punto da caratterizzarlo con un rituale drink ad esso associato. Si tratta una bevanda dal carattere molto rinfrescante e modesto tenore alcolico, che vanta una ricca

tradizione inglese: il Pimm's Cup.

Ottenuto dall'unione del liquore Pimm's e limonata, servito con molto ghiaccio e guarnito con frutta fresca, è facile comprendere come questo drink di facile esecuzione si sia guadagnato tale notorietà anche oltre il territorio britannico. Ancor più affascinante è la storia che lo riguarda, a partire proprio da colui dal quale questo liquore prende il nome.

James Pimm nacque il 9 novembre 1798 a Lynsted, nel Kent, circa 90 km a



**LONDRA**  
 IN ALTO JAMES PIMM. A SINISTRA, DUE PUBBLICITÀ DELLA BEVANDA PER WIMBLEDON. QUI SOPRA LE SEDI DI PIMM NEL 1831.

est di Londra, quinto dei dodici figli di James Norris Pimm (1769-1848) e Susanna Mills (1772-1846), entrambi fattori. Il 2 giugno 1822 James Pimm sposò a Chatham, cittadina marittima anch'essa localizzata nel Kent, Mary Southernden Mallery (1797-1864). Secondo i registri dell'epoca, l'occupazione di Pimm era quella di commerciante di ostriche. Il Kent produceva la maggior parte della fornitura di ostriche per la città di Londra.

Durante il XIX secolo il mercato delle ostriche nella capitale inglese era ampiamente diffuso in tutta la città e, a differenza di quanto si potrebbe pensare al giorno d'oggi, esse erano consumate anche dalle classi sociali più povere dato l'esiguo prezzo dell'epoca. Nella sola Londra venivano commercializzate oltre 700 milioni

di ostriche, acquistate presso i numerosi venditori di strada, avvolte in carta ricavata dai giornali quotidiani e condite con sale o aceto, come se fossero le moderne patatine fritte.

Grazie ai documenti riguardanti i figli di Pimm, nove in totale ma alcuni di loro morirono prematuramente, è possibile tracciare gli spostamenti di James e della sua famiglia. Nel 1824 James Pimm era proprietario di un oyster-bar, inizialmente a Lombard Street, successivamente a George Street, e infine si stabilì in un locale molto più ampio, che comprendeva i civici 3, 4 e 5 di Poultry, nella City of London.



più nella vendita di pesce. In particolare a guscio, come le ostriche. La sua fama e notorietà nel settore crebbe in poco tempo grazie anche alla location favorevole. Questa distava poco meno di 200 metri dalla Royal Exchange, la Borsa di Londra.

Come apparso sul “Morning Advertiser” del 1837, Pimm era un venditore di pesce che si occupava anche di servire la famiglia reale: “Fishmonger to the Royal Family”. In occasione della parata celebrativa per la Regina Vittoria, che si tenne il 9 novembre dello stesso anno, il “The Morning Chronicle” del giorno successivo riportava un lungo elenco di tutte le illuminazioni create da ogni singolo commerciante ed esposte sulla strada per omaggiare il passaggio della regina. Tra questi, James Pimm aveva allestito una “corona composta da luci differenti”.

Negli anni successivi il fiuto per gli affari indusse Pimm a chiedere anche la licenza per vendere bevande rinfrescanti. Tuttavia l’autorità locale negò inizialmente il permesso. A un ulteriore tentativo, ampiamente descritto sul quotidiano “Morning Advertiser” del 25 marzo 1851, fu concessa a Pimm una licenza per preparare bevande rinfrescanti, a patto che l’attività non iniziasse a operare come un gin-shop o public house, pena la revoca della licenza stessa. Tra le motivazioni espresse dalla commissione esaminatrice si osser-

**SEDI**  
LA FACCIATA  
DEL  
RISTORANTE DI  
FREDERICK  
SAWYER AL  
4-5-POULTRY DI  
LONDRA.

Qui, come riportato in “London’s Street View” di John Tallis del 1839 vi era il “J. Pimm Shell Fishmonger” che specifica come Pimm si fosse specializzato ancor



# BOTANICAL DEMOCRACY PER UNA NUOVA CATEGORIA \*NEW WESTERN DRY GIN\*

*Viene esaltato il mix delle componenti  
botaniche, in particolar modo  
quello floreale*

Aviation Gin  
prende il nome dal Cocktail Aviation  
creato da Hugo Ensslin un secolo fa  
all'Hotel Wallick di New York





EXCEPTIONAL AGED  
PUERTO RICAN RUM



[INFO@GHILARDISELEZIONI.COM](mailto:INFO@GHILARDISELEZIONI.COM)

#AssaporailMondoNelTuoBicchiere





[Photo: Bassano.]

**THE LATE ALDERMAN SIR HORATIO DAVIES.**

A representative of Cheap, 1885-1889; elected Alderman of Bishopsgate, 1889; Lord Mayor, 1897.

vava che “il negozio è un’attività già ben consolidata e del tutto rispettabile, ben conosciuta nella City of London”. Tuttavia sembra che Pimm e il suo staff avessero già iniziato alcuni anni prima a servire “refreshment” ai loro clienti.

Nel 1879 “The Golden Guide to London” descriveva il locale di Pimm come una sorta di fast-food ove erano servite ostriche e aragoste, accompagnate da birra Stout o da una bevanda della casa a base di Rum detta “House Cup”. In verità, già intorno all’anno 1840, James Pimm aveva creato l’originale versione di questa bevanda utilizzando il Gin come base alcolica, e aromatizzandola con estratti di frutta, liquori, spezie e bitter. Una bevanda che divenne ben presto molto popolare.

Sebbene non vi siano prove che attestino la certezza assoluta riguardo questa data, che viene comunque indicata su tutte le etichette delle bottiglie in commercio,

**T H E L O N D O N .**

191, Fleet-street, Temple-bar, E.C.  
**FREDERICK SAWYER, Sole Proprietor, and of Pimm's Luncheon and Oyster Rooms, 3, 4, and 5, Poultry, 39 and 40, Bucklersbury, Cheapside (late Purveyor to the Crystal Palace).**  
**SAWYER'S FAMOUS LONDON DINNER at 2s. 9d. each, attendance, 3d., consisting of two Soups, two Fish, two Entrées, Joint, Sweets, Cheese, &c., is served from 4 till 8 o'clock.**  
**SAWYER'S CELEBRATED DINNERS FROM THE JOINT at**

**THE POULTRY.**  
 Messrs. Brooks, and Son, silversmiths, facing Cheapside, a star between the letters “V. R.,” and at the side a single star, in variegated lamps.  
 Messrs. Purnell and Co., furriers, a star in variegated lamps  
 Pimm, fishmonger, a crown in variegated lamps.  
 Messrs. Hale, Fenning, and Hale, Italian warehouse, a

**MANSION HOUSE.**  
 Four waiters, named *Hayes, Lett, Jackson, and Taylor*, were brought before Alderman Sir A. Lus: charged with conspiring together to rob their employer, Mr. Davies, the proprietor of Pimm's Oyster and Refreshment Room: in the Poultry.

June 25, 1898 THE SPORTING TIMES 21

**THE SOUDAN CAMPAIGN, 1898.**  
**PIMM'S No. 1 WELL TO THE FRONT.**  
 EXTRACTS FROM AN IMPORTANT LETTER WRITTEN BY AN OFFICER WITH THE BRITISH TROOPS.

**PIMM'S No. 1** left Dover on June 25th on its way to CHARDON.

FROM THE VERY FIRST I was considerably attracted with regard to Pimm's No. 1 joining the invading force, as witness the following:—

“We are sending Hirdel in an Antwerp Steamer, and I thought you would like to know how Pimm's No. 1 from Charing Cross to Tilbury got on. It has been an object of great anxiety. Nobody would register it, and every Custom House wanted to charge excessive duty. It was only by a display of valour and the fact that it was a British ship, and it gave the Custom House men more ammunition than all the rest of the baggage put together. It has been seized and re-seized, stopped, held up, and held up in all sorts of ways, with logs and coloured string, but has survived it all, and is now appearing in my camp looking well after its many vicissitudes.”

**PIMM'S No. 1** arrives at the front. Note what the gallant Major said, with London Morning Paper of 25th August: “The Major even he would preserve it as a relic to the memory of Gordon when Khartoum was captured.”

**IMPORTANT TELEGRAM** received in London, Monday, September 20th: “Major and Pimm's No. 1 in Khartoum.”

**PIMM'S No. 1** is a cooling drink, taken with lemonade or soda water. Is nervally refreshing. Is in use of almost every Military Mess throughout the United Kingdom, and is sold in bottles with full directions as to use, and can be had only at

**PIMM'S,**  
 3, 4, and 5, Poultry, London, E.C., and 42, Threadneedle Street, London, E.C.

un censimento del 1851, anno in cui ottenne la licenza precedentemente citata, mostra come da semplice “venditore di pesce” fosse divenuto venditore di “una più ampia selezione di generi alimentari” e venisse descritto come “Confectioner e Fish-factor”. Si noti che il termine *confectioner* rappresentava coloro che avevano conoscenze molto dettagliate sulle varie preparazioni alimentari, incluse quelle di pasticceria, panificazione, e spesso erano membri della società molto rispettati o proprietari di attività commerciali.

Negli ultimi anni di vita dell’imprenditore del Kent un certo Samuel Morey prese la guida della società. Non si conosce la

**GIORNALI**  
 ALCUNI  
 ARTICOLI  
 D'EPOCA CHE  
 TESTIMONIANO  
 LA NOTORIETÀ  
 DEL PIMM'S.  
 A SINISTRA SIR  
 HORATIO DAVID  
 DAVIES.

The most heavenly drink on earth...

AN ICED  
**PIMM'S**  
... SO COOLING  
... SO REFRESHING



**RECIPE:**  
A jigger of Pimm's  
... cubed ice ...  
fill glass with 7 Up

THE INGREDIENTS FOR  
THE ORIGINAL GIN SLING  
**PIMM'S CUP**  
No. 1

MADE BY WILE & CO. FROM THE OLD ENGLISH FORMULA  
LONDON ENGLAND

PRODUCT OF U.S.A. 67 PROOF  
NEUTRAL SPIRITS, SUGARED AND COLORED WITH CARAMEL. PRODUCT OF U.S.A. 67 PROOF

**WILE**  
JULIUS WILE, SONS & CO., INC., NEW YORK. PIMM'S MADE WITH LONDON DRY GIN, GRAIN

As George said to the Dragon.

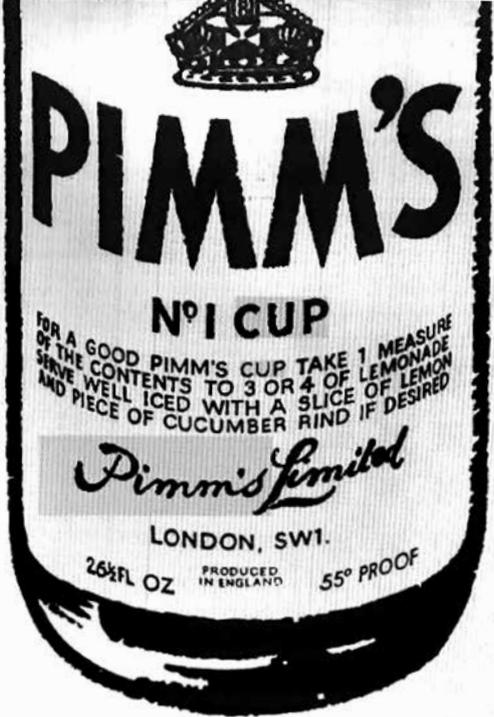
“PIMM'S No. 1  
comes first”



“Ho, there within! Here's one without Pimm's No. 1. Beauteous damsels in distress must wait. Everything takes second place to nectar such as this. All knightly quests should be in search of borage and sliced lemon to top this bountiful brew. Gramercy! 'Tis well done. Now lead on ye fearsome beeste.”

**PIMM'S** NO. 1  
**CUP**  
the most heavenly drink on earth

**ADVERTISING**  
IN QUESTE  
PAGINE ALCUNE  
PUBBLICITÀ  
D'EPOCA.



**PIMM'S**  
No. 1 CUP

FOR A GOOD PIMM'S CUP TAKE 1 MEASURE  
OF THE CONTENTS TO 3 OR 4 OF LEMONADE  
SERVE WELL ICED WITH A SLICE OF LEMON  
AND PIECE OF CUCUMBER RIND IF DESIRED

*Pimm's Limited*  
LONDON, SW1.  
26 1/2 FL OZ PRODUCED IN ENGLAND 55° PROOF

**YOU'VE HEARD OF  
PIMM'S. ISN'T IT TIME  
YOU DRANK A PIMM'S?**

Pimm's is unique.  
Mixed as the label recommends, Pimm's is a long,  
delicious, infinitely thirst-quenching drink.  
Discover it for yourself at home, or in your favourite  
bar. Today.

**PIMM'S**



**THE FINEST DRINK  
IN THE WORLD**

**PIMM'S No. 1 CUP**

The Original Gin Sling

If you have never tasted PIMM'S No. 1 Cup,  
you have missed the most delightful of all  
Summer drinks. All the leading Clubs, Messes,  
Hotels and Restaurants keep it, and by asking  
for it by name you will get the ideal refresher.  
At Teznie Parties, Garden Parties, Receptions,  
Dances, etc., it is indispensable, and a little  
in a glass mixed with lemonade or soda water  
is unique in flavour and an ideal beverage.  
It is obtainable through Wine Merchants or from  
the Proprietors

*H. D. Davis & Co.*  
CELLARS: 5, PHILPOT LANE,  
LONDON, E.C.

data esatta di successione, si intuisce  
tuttavia che Morey non operò per molto  
tempo. A tal proposito un piccolo trafiletto  
pubblicitario del "Globe" del 17 dicembre  
1867, un anno dopo la morte di Pimm,  
riporta il nome di "Frederick Sawyer co-  
me proprietario unico di Pimm's Luncheon  
and Oyster Room, al 3, 4 e 5 Poultry".

In base ai numerosi avvisi pubblica-

Number 4, 1910 THE SCATTERED TROUBLE AND DRINKING GUY

Just douse the Glimm and hope for Pimm

Once upon a time, my dear, my dear big business man in the front of the City had heard about Pimm's No. 1. They've been steadily enjoying it there for over 70 years! But now this oriental connection—the original Gin Sling—has emerged from its hiding place. It's our first the adding. This Christmas, you simply *can't* leave Pimm's. If you're so grown up that you don't believe in Santa Claus, you'd better slip round to the nearest wine store. They'll sell you a bottle and wish you a happy Christmas, all for twelve and six.

**PIMM'S N°1 CUP**

Here's the precious tonic. 12.6 and it makes 7 pints.

The long drink with a click in it



Punch, May 26 1912

Cricketers' Toast ...

**PIMM'S No.1**

We drink a toast  
In our No. 1's  
To the man who scored  
A hundred runs.

We toast the man  
With a deadly spin—  
Then we toast the Cup  
That we toast them in!

**PIMM'S No.1** THE MOST HEAVENLY DRINK ON EARTH

ri presenti sui giornali del periodo, sappiamo che Sawyer era un imprenditore del settore della ristorazione, che oltre a gestire il locale di Pimm, possedeva anche un ristorante chiamato "The London" e ubicato nella zona di Chancery Lane. Sawyer mantenne la proprietà di Pimm per alcuni anni, probabilmente fino al 1880, quando poi subentrò Sir Horatio David Da-

vies, imprenditore anch'egli coinvolto nel settore della ristorazione e che diede un notevole slancio al marchio Pimm's.

Evidenza della proprietà di Davies riguardante il "Pimm's Luncheon and Oyster Room" la si può trovare in un articolo presente sul "Morning Post" del 12 marzo 1881, in cui veniva riportata la sentenza di quattro camerieri accusati di cospirare contro il loro datore di lavoro, appunto Mr Davies.

Tra il 1885 e il 1889 Horatio Davies fu rappresentante cittadino per il distretto di Cheap, nel quale era situato il locale di Pimm, compreso tra King Edward Street e Old Jewry nella City. Davies fu eletto sindaco nel 1897 e consigliere di Bishops gate nel 1889. Grazie alle importanti cariche amministrative da lui ricoperte, Davies fece in modo che la fama di Pimm's come ristorante e punto di incontro per personalità importanti si estendesse per tutta la città. Il "Sheffield Daily Telegraph" del 15 agosto 1906 menzionava che Sir Horatio Davies gestiva un business di ristoranti, ubicati al 3 e al 5 di Poultry (indirizzo corrispondente al Pimm's), al 42 di Threadneedle Street e gli altri sempre nella zona della City. In totale Davies aprì cinque ristoranti impostati sullo stile di



**INGREDIENTI**  
AL CENTRO, IL  
FIORE DI  
BORRAGINE.  
A DESTRA LA  
RICETTA DEL  
PIMM'S.

Pimm's, l'ultimo dei quali rimase aperto sino al 1967.

Il successo di Davies e del prodotto Pimm's N°1 arrivarono presto. Il drink era citato come la bevanda preferita dalle truppe inglesi impegnate nei conflitti esteri. Infatti nel 1898, in occasione della

# PIMM'S



## Classic PIMM'S:

- Ice
- 1 measure PIMM'S N°1
- 3 measures Ginger Ale
- 1 Slice lemon
- 1 Slice Cucumber
- 1 Slice apple
- Fresh Mint

# N°1

battaglia di Omdurman in Sudan, che vide l'esercito inglese guidato dal Generale Sir Herbert Kitchener sconfiggere le truppe di Abdullah al-Taashi, sul giornale "Army and Navy Gazette" del 10 settembre era presente un articolo pubblicitario, occupante metà pagina, che riportava l'estratto di una lettera di un ufficiale delle truppe inglesi.

L'ufficiale descriveva le peripezie di viaggio che l'ormai celebre liquore inglese aveva dovuto subire per poter raggiungere i soldati al fronte. Si narrava di come, nel corso delle varie ispezioni di dogana nel tragitto da Charing Cross a Trieste, Pimm's N°1 avesse suscitato il sospetto da parte dei vari controllori che erano restii ad acconsentire alla registrazione del prodotto. Il liquore aveva raggiunto un tale livello di apprezzamento generale da essere consumato ufficialmente dai membri

UN AUTENTICO  
INGREDIENTE PER  
NUOVI COCKTAIL

AKASHI - TAI SAKE

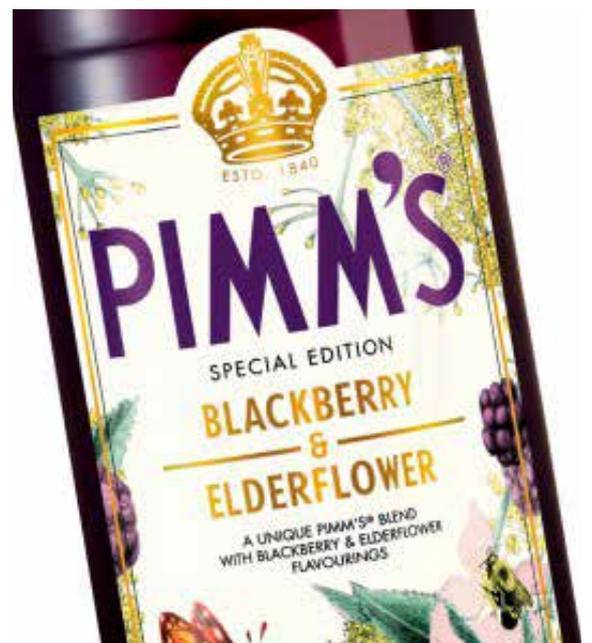
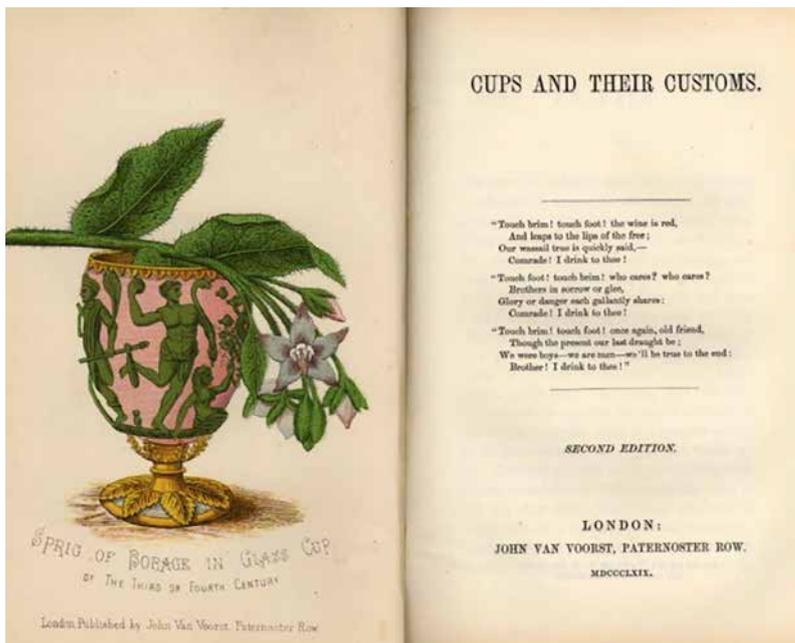
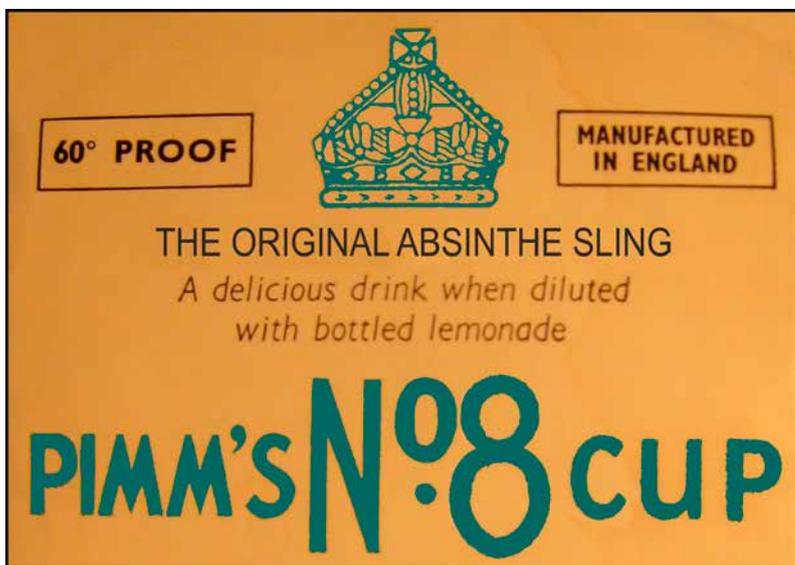
MADE IN JAPAN DAL 1918

HONJOZO | GENSHU | DAIJINGO  
YUZU | UMESHU | GENMAI AGED



INFO@GHILARDISELEZIONI.COM

BEVI RESPONSABILE



dell'esercito inglese. Infine veniva suggerito il consumo del Pimm's N°1 allungato con limonata e soda per conferirgli il suo caratteristico sapore molto rinfrescante. Questo mix di liquore e bevanda sodata, servito freddo e guarnito con frutta è ancora oggi conosciuto in tutto il mondo come Pimm's Cup.

Nel corso degli anni la ricetta si è evoluta con piccole variazioni circa l'impiego di vari tipi di frutta quali menta, agrumi, fragole etc. In realtà, come citato nel "St. Andrews Citizen" del 19 luglio 1913, il drink era guarnito solo con buccia di cetriolo e alcuni fiori di borragine, elemento ormai del tutto inutilizzato in questa ricetta. Le ragioni dell'utilizzo del fiore di

borragine sono riconducibili a manuali di erboristeria e ricettari risalenti al 1700. Nell'opera "Acetaria: a discourse of sallets" di John Evelyn del 1699 vengono spiegate le qualità medicinali della borragine, soprattutto se addizionata al comune vino. Inoltre è ampiamente utilizzata e analizzata in "Oxford Night Caps" del 1827 a proposito della ricetta del Cider Cup, ove si indica "borage in flower" (Borago Officinalis).

A sottolineare nuovamente l'importanza dei fiori di borragine, la copertina di "Cups and Their Customs" del 1863 mostra un bicchiere in vetro elegantemente decorato con un rametto di borragine dagli inconfondibili fiori blu. All'interno del

# VILLA TEQUILA LOBOS

# 100%

# DE AGAVE

*Carlos Camarena*



imported and distributed by

**PALLINI**



libro, a pagina 32, è sottolineato il ruolo fondamentale di questa pianta “già conosciuta a partire dal XIII secolo poiché cresceva nel giardino di John De Garlande” nel confezionamento di bevande rinfrescanti. Si può quindi dedurre che durante il XIX secolo l'utilizzo di “Cup” nella descrizione di una bevanda indicasse il suo carattere rinfrescante, dato soprattutto dalla presenza dei fiori di questa pianta.

*James Pimm fu un grande imprenditore capace di realizzare l'idea giusta al momento giusto*

Gli articoli pubblicati che circolavano sui vari giornali, a partire dagli anni '20 del XX secolo, riportavano anche la frase “Pimm's N°1 Cup – The Original Gin Sling”. Questa citazione indicava una più specifica descrizione della bevanda inglese. Il termine

Sling, oltre rappresentare una delle prime definizioni della parola “cocktail”, apparsa sul “The Balance and Columbian Repository” del 1806, era anche associata ad un cocktail che sempre intorno agli anni '20 stava facendo parlare di sé dall'altra parte del mondo: il Singapore Sling del Raffles Hotel di Singapore.

Durante la proprietà di Davies, il quale morì nel 1912, e negli anni a seguire, furono probabilmente sviluppate anche altre versioni del Pimm's. Nello specifico il N°2 a base Whisky, N°3 a base Brandy e N°4 a base Rum. Fino alla metà degli anni '50 il N°1 rimaneva sempre il più conosciuto ed apprezzato, così come indicato anche nel “U.K.B.G. Guide to Drinks” del 1953.

Non vi era ancora alcuna presenza delle altre versioni, ovvero il N°5 a base Rye Whiskey e il N°6 a base Vodka. Estemporanee release furono il N°7 a base Tequila e il N°8 a base Absinthe. Sicuramente la ragione della successiva produzione di queste versioni, in particolare per quella a base Vodka, era puramente per motivi di evoluzione di mercato. Infatti Pimm's N°1 divenne molto popolare anche negli Stati Uniti durante il XX secolo e, considerando che la Vodka ebbe una notevole crescita di domanda a partire dagli anni '50, questo deve aver sicuramente portato il brand inglese ad elaborare un prodotto che seguisse i trend del momento.

Sebbene Pimm's sia un prodotto largamente consumato non solo in Inghilterra, bensì su scala mondiale, il N°1 è rimasto l'unico ad essere ancora regolarmente prodotto. È possibile tuttavia acquistare alcune particolari release come il Pimm's Winter Edition o il più recente Pimm's Blackberry & Elderflower.

Si può dire che James Pimm fu indubbiamente un grande imprenditore che ha saputo cogliere l'idea giusta al momento giusto, sfruttando un'idea molto semplice. Ovvero quella di dissetare i suoi clienti con una semplice bevanda “della casa” che divenne poi il simbolo non solo di una città ma di un'intera nazione.

**Luca Rapetti**

BEVI RESPONSABILMENTE



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

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



## THE KEY TO A TASTE OF TRADITION

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

**No. 3 – A Taste of Tradition**

*distributed by*



Via Tiburtina 1314 - 00131 Roma  
Tel +39 06 4190344 - Fax +39 06 4192919  
[www.pallini.com](http://www.pallini.com) - [info@pallini.com](mailto:info@pallini.com)



# L'ACQUAVITE DAL SAPORE DOLCE

Ammorbidita da zucchero o frutta  
segnò la nascita dei limonadier

DI GIULIA ARSELLI

**U**na delle prime riviste italiane di bartending fu Shaker Club, edito da Selepress di Milano, con il primo numero datato primo febbraio 1962. L'abbonamento annuale costava 5.000 lire e il consulente generale era Angelo Zola. In un articolo si parlava della probabilità che il cocktail fosse arrivato in Francia grazie agli italiani. Per lo meno di quella che al tempo poteva essere l'idea di cocktail. Infatti si riman-

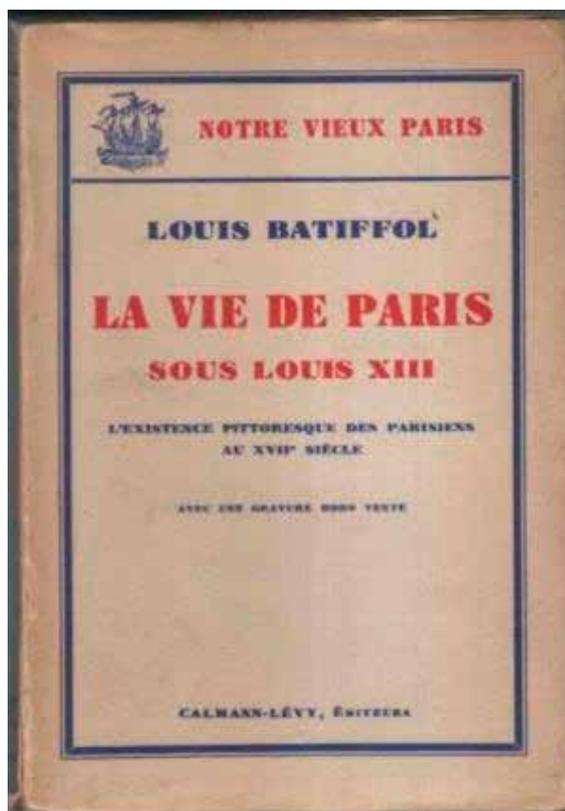
dava al tempo di Caterina de' Medici e del suo arrivo alla corte di Francia.

Tutto era partito da un giornale inviato in redazione da Redento Torni, direttore di un ristorante di Baiona in Spagna. Si trattava di una copia di *Industrie Hôtelière* con l'articolo firmato da Pierre Andrieu, che era stato uno dei più autorevoli giornalisti francesi di settore. Andrieu scriveva che furono gli italiani al seguito di Caterina de' Medici a introdurre



re in Francia l'uso di misture di liquori. «Grazie ai fiorentini della corte – scriveva Andrieu – si estese l'uso delle ciliegie sciropate, dei Ratafia, ut rata fiat, dicevano – sembra – i funzionari ministeriali dell'epoca, brindando con qualche liquore dopo la firma di atti e accordi».

Nella Francia del 1604 il ministro Sally constatò che tra le spese voluttuarie dei francesi bisognava annoverare in primo luogo i festini e i liquori. Nel 1932 apparve nelle librerie *La Vie de Paris sous Louis XII*, un libro nel quale si descrivevano usi e costumi del tempo esaminato, scritto da Louis Batiffol: «Per lungo tempo non si è bevuto, in Francia, come liquore che del Moscato di Spagna, dell'ippocrasso e dell'idromele» si leggeva nel testo.



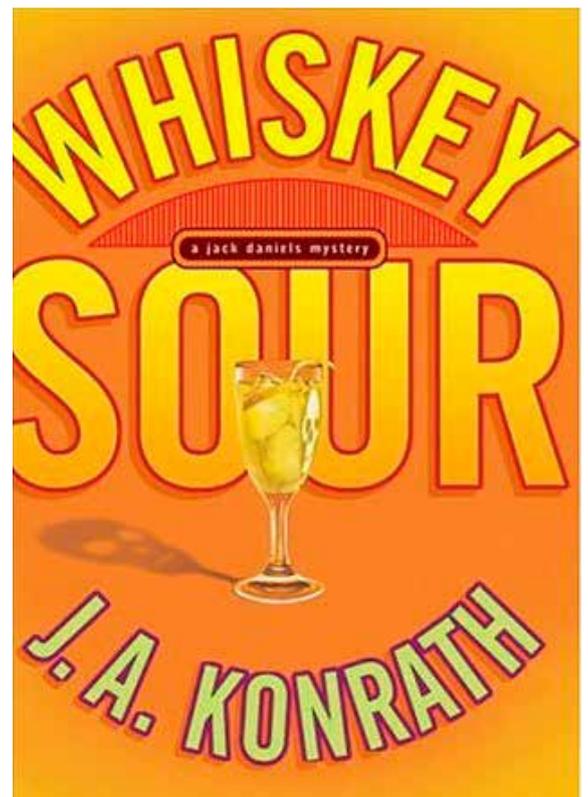
**PERSONAGGI**  
QUI SOPRA  
LACURNE DE  
SAINTE PALAYE.  
IN APERTURA  
CATERINA DE'  
MEDICI.



«Quando i fabbricanti di aceto si misero a distillare l'acquavite, ebbero l'idea di vendere al dettaglio delle ciliegie conservate in acquavite e servite in piccoli bicchieri o tazzine. L'acquavite, ammorbidita dallo zucchero e dal frutto, si chiamava all'ora l'*eau clairette*».

Gli italiani arrivati al seguito di Caterina de' Medici al posto delle ciliegie utilizzarono limoni, arance, lamponi, fragole, ribes, albicocche, pesche. Apparvero le prime "acque di arancia", di lampone, ecc. Il commercio di questi liquori era libero e tale rimase sino a quando Luigi XIV, il Re Sole, costituì la confraternita dei limonadiers associandoli ai distillatori di acquaviti nel 1600.

Il termine *Clairette* è stato sempre utilizzato in modi e tempi diversi a seconda di ciò che si voleva indicare. *Eau de Clairette*, *Eau de Vie de Clairette* o semplicemente *Clairette*, nel corso dei secoli sono serviti ad indicare acquaviti di varia natura e composizione. Lo stesso termine è stato poi associato anche a un vino, il *Clairnet*. Nei loro dizionari di francese antico sia Frédéric Eugène Go-



defroy (1881) che Jean Baptiste de La Curne de Sainte Palaye (1781) davano indicazioni sul termine affermando che derivava dalla parola "clair" usata in medicina. Anche gli storici di enologia si sono espressi in merito al termine *clairnet*.

A partire dal XII secolo e con un incre-

# VARNELLI

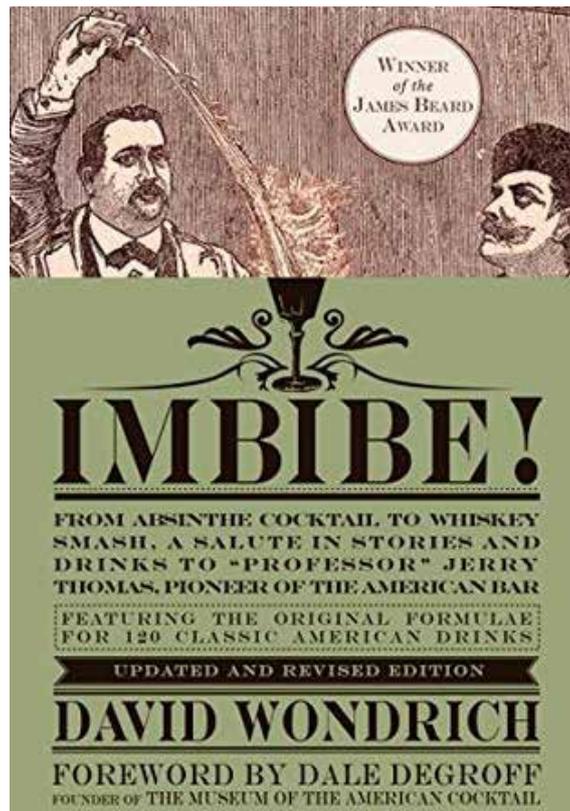
dal 1868

SHALL  
WE MIX?



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

BEVI RESPONSABILMENTE



mento sempre maggiore le flotte francesi esportavano vino di Bordeaux verso l'Inghilterra. Si trattava di un vino di colore rosso molto tenue che prenderà, in epoca tardo medievale, il nome di *Claret*,

probabilmente da una inglesizzazione del francese *clair*, poi divenuto *clairet*. Altra evidenza sarebbe la radice latino medievale *claratum*, participio passato di *clarare*, che significa "rendere chiaro". I vini aromatizzati avevano scopi terapeutici e venivano

preparati dagli apotecari del tempo che li indicavano con il termine *claret* nel loro lessico professionale. A conferma di ciò nell'antico testo *De Pharmacopea Schroeder-Hoffmaniana* del 1687 il capitolo

con le ricette di tali composizioni è titolato "De Infusis seu Clairetis. Con il passare dei secoli il termine *clairet* è stato poi usato per usi più volgari e comuni". Nel 1739 su *Ménage des champs et de la ville* appare la ricetta di un Eau Clairette a base di acquavite conciata con cannella, macis e zucchero, e che era solita essere venduta per le strade cittadine.

Il vino Clairet era probabilmente presente anche nella ricetta del New York Sour, ma con lo stesso nome si indicava qualsiasi vino utilizzato per la sua preparazione, e per il quale il termine francese rifletteva immagine di qualità.

Secondo David Wondrich, in *Imbibe*, il New York Sour non è nato in realtà a New York, ma a Chicago nel periodo pre proibizionista dove, nel 1880, un bartender decise di arrotondare l'acidità del drink utilizzando una percentuale di vino che veniva posto floating sul drink. Chiamò il drink *The Clairet Snap*.

*I vini aromatizzati avevano scopi terapeutici ed erano chiamati claret nel lessico professionale*

# THE CLASSIC WHISKEY SOUR



.75 OZ SIMPLE SYRUP

1.5 OZ LEMON JUICE

2 OZ **FourRoses**  
BOURBON

David Wondrich cita un articolo del “Chicago Tribune” del 1883 che riportava a proposito “A pleasant looking, red-headed drink”. Tuttavia al tempo, come già detto, con il termine Claret si indicava genericamente qualsiasi vino rosso e non necessariamente l’originale francese.

Chiamato Continental Sour o Southern Whiskey Sour questo drink divenne popolare a New York durante il Proibizionismo. In quel periodo vino e zucchero servivano anche a correggere il gusto di Whiskey di bassa qualità. Il Whiskey utilizzato doveva essere Rye. Il successo del drink causò l’associazione dello stesso alla città. Il drink si prepara correggendo un normale Whiskey Sour con pochi cl di vino rosso floating.

Oggi il termine *Eau Clairette* per indicare un’acquavite è scomparso dal lessico di settore, rimangono il vino Claret e la simpatica riflessione che ci si po-



ne leggendo Pierre Andrieu nel suo libro quando individuava in un arcaico modo di consumo una prima forma di cocktail e concludeva «salutiamo quindi Caterina de’ Medici, la presentatrice dei cocktail in Francia. E non dispiaccia a coloro che li credono americani che siamo stati noi a farne dono agli inglesi».

**Giulia Arsellì**

# UN DRINK CON LE STELLETTE

Brandy, Rum, Whiskey  
e succo di limone. In mix  
con lo Champagne  
per la ricetta del sergente Luce

DI ALESSANDRO PALANCA

**Q**uando nella seconda metà dell'800 ricette come julep, cocktail, fizz e crustas cominciarono a simboleggiare una voglia sempre più crescente di consumo individuale i bartender riposero con cura punch bowl, mestoli e cup e si attrezzarono con shaker, bicchieri e quant'altro necessario alle nuove preparazioni.

Il punch aveva sempre rappresentato un momento conviviale, un rituale di consumo che in alcuni casi divenne alta-

mente simbolico. Così che molte ricette divennero elementi distintivi di alcuni club, finanche di alcuni corpi militari. Tra i punch che rivestirono questo ruolo ve ne sono alcuni diventati icone del genere come il Chatam Artillery Punch.

La storia dei punch, l'evoluzione e la loro influenza sociale è stata svelata dalle ricerche condotte da David Wondrich e ben illustrate in *Imbibe*, analitica e importante fonte di ricerca. Tra verità e leggenda si narra di una vicenda riguardante i Blues Republican, una milizia di Savannah (città capoluogo della contea di Chatam in Georgia) molto attiva nella seconda metà del 1800 e di cui facevano parte i membri delle famiglie più facoltose. Si narra che in un non precisato anno di quel lontano 1850 i Blues rientrassero a Savannah dopo una lunga ed estenuante marcia di esercitazione. In città era presente un'altra unità mi-

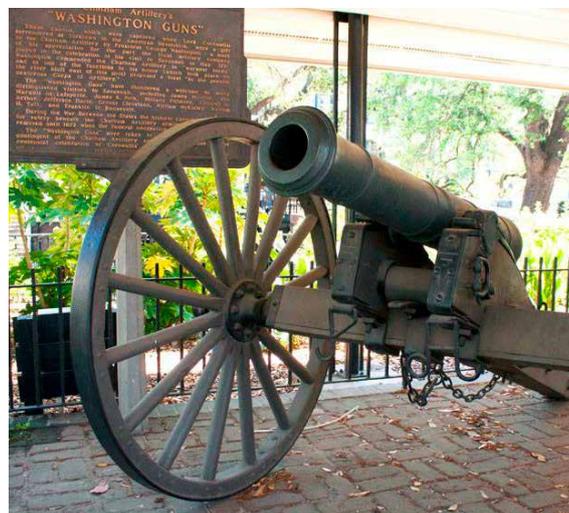




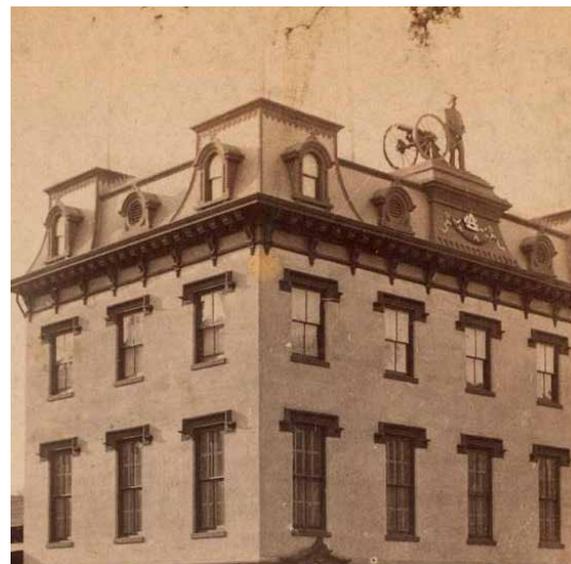
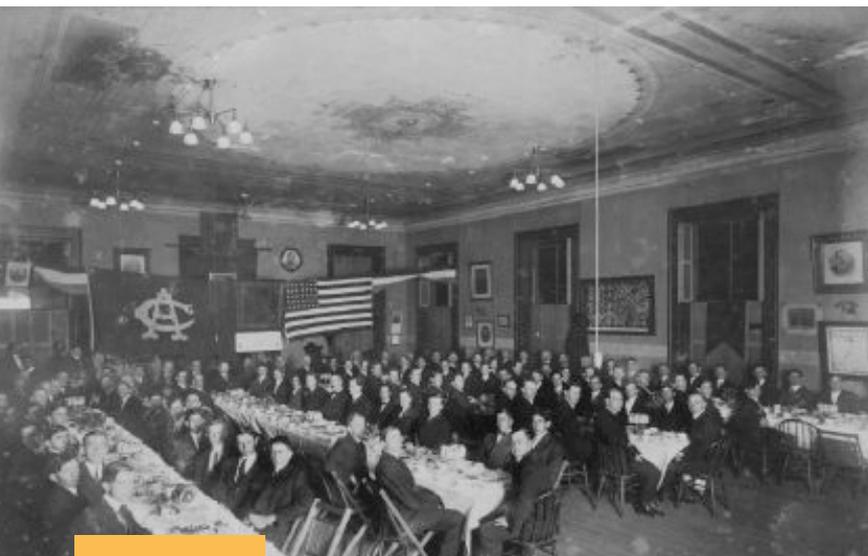
litare d'élite, il Chatam Artillery, nei cui ranghi militava tale sergente A.B. Luce. Per festeggiare l'incontro tra le due unità sarebbe stato proprio Luce a creare il punch che sarebbe arrivato sino ai giorni nostri.

In un secchio pieno di ghiaccio il militare miscelò in parti uguali Brandy, Rum, Whiskey e succo di limone, quindi colmò con Champagne e rimestò il tutto. I militari non si fecero certo scrupolo di abuso nel consumo.

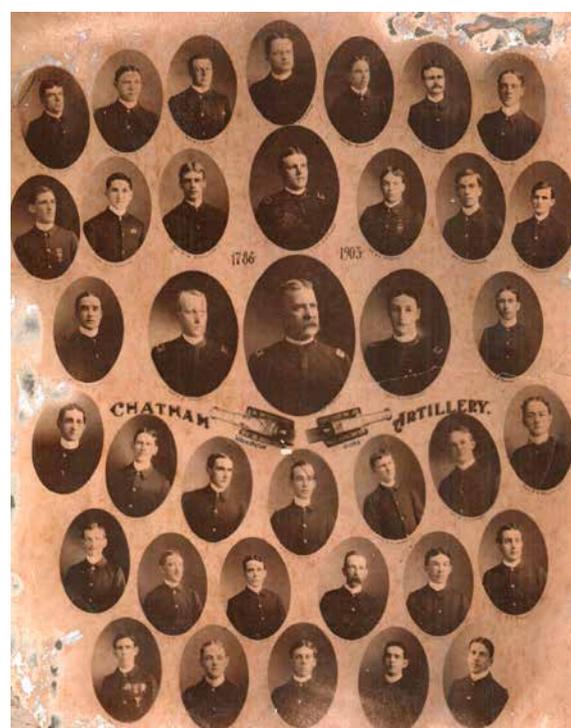
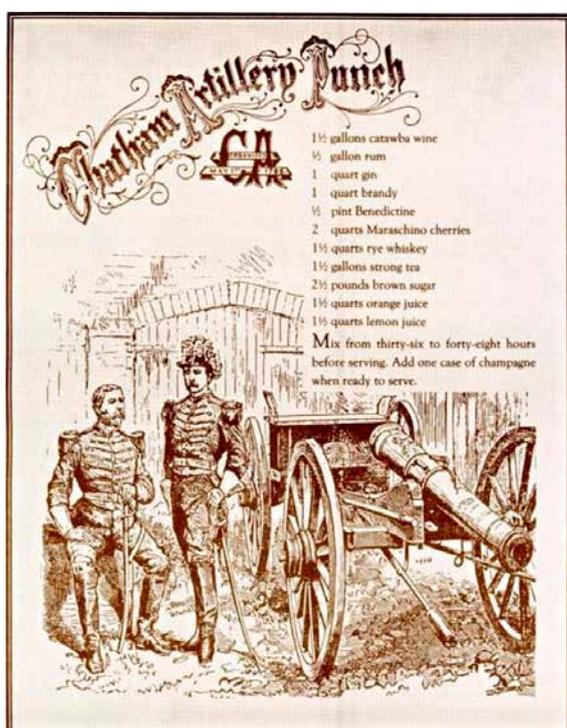
A testimonianza di ciò esiste un articolo di giornale del 1885, l'*Augusta Chronicle*, che avrebbe ricordato questo episodio scrivendo che «nessun soldato dei Blues si sottrasse alla sbornia collettiva di quella formidabile mistura». Il giornale concludeva a proposito della ricetta scrivendo che «mai ci fu vincitore di uomini più potente, apparentemente lieve come un syllabub ma potente co-



**MILITARI**  
SOPRA I  
REPUBLICAN  
BLUES (1860).  
NELLA PAGINA  
A SINISTRA  
UNA VEDUTA  
D'EPOCA DI  
SAVANNAH.



**ARTILLERY**  
 QUI SOPRA  
 RIUNIONE  
 STORICA DEI  
 VETERANI DEL  
 CHATAM  
 ARTILLERY.  
 A DESTRA  
 L'ANTICA SEDE  
 DELL'ARTILLERY  
 A SAVANNAH.  
 IN BASSO LA  
 RICETTA DEL  
 PUNCH E  
 L'ALBERO  
 CRONOLOGICO  
 DEI MEMBRI.



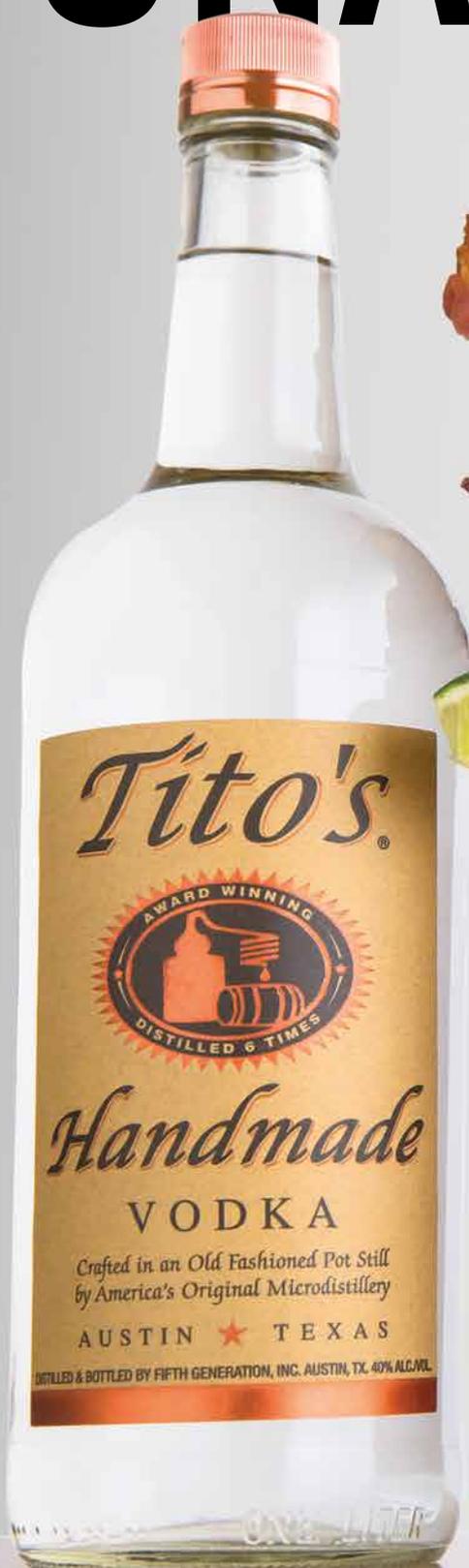
me un ciclone».

Nessuno può affermare con assoluta certezza cosa contenesse la ricetta originale ma certamente questa divenne il signature drink del Chatam Artillery. Era consumato in ogni occasione importante che riguardasse la città di Savannah dove il Chatam Artillery era stato fondato già nel 1786. Sembra che questo punch fosse stato servito anche al Presidente George Washington in visita a

Savannah nel 1792.

Il Chatam Artillery ha sempre ricoperto ruoli importanti e scritto gloriose pagine di storia nelle vicende militari degli USA. Partecipò alle vicende belliche più importanti compreso il D-Day. Durante la Guerra d'Indipendenza il reggimento era impegnato nella decisiva e vittoriosa battaglia di Yorktown contro gli inglesi guidati da Lord Cornwallis. Due dei cannoni conquistati agli inglesi furono donati dal

# “NON FARÀ DI TE UNA CATTIVA PERSONA.”

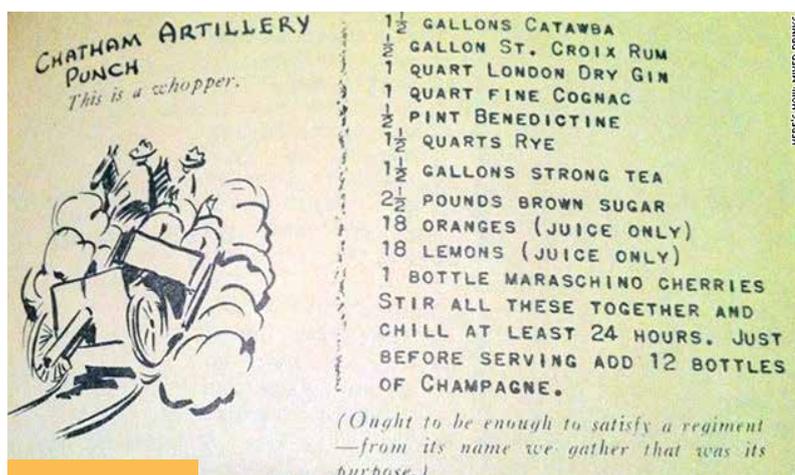


**TRANQUILLO,  
NON SAREMO  
CERTAMENTE NOI A  
GIUDICARTI PER  
UN GARNISH  
“IMPEGNATIVO”**

**TitosVodka.com**



Distillato per essere assaporato responsabilmente.



**COCKTAIL**  
 SOPRA, IL  
 CHATHAM  
 ARTILLERY  
 PUNCH.  
 IN BASSO  
 LA RICETTA DEL  
 DRINK.  
 NELLA PAGINA  
 A DESTRA  
 L'AMMIRAGLIO  
 GEORGE  
 DEWEY.

Generale Washington al reparto e ancora oggi ne costituiscono il cimelio più importante. Chiamati Washington Gun's questi cannoni sono custoditi ancora oggi a Bay Street a Savannah. Oggi il reparto è ancora in servizio come riserva, inquadrato come 118° Field Artillery e costituisce una delle più antiche unità della storia militare degli USA. I suoi componenti svolgono anche un ruolo importante durante le celebrazioni pubbliche e il signature punch non manca mai di avere il suo spazio.

A questo punch è legata una vicenda che riguarda l'Ammiraglio George Dewey, eroe nazionale, vittorioso contro la flotta spagnola nella battaglia di Manila Bay durante la guerra ispano-americana del 1898 che si concluse con la liberazione di Cuba. È una vicenda che

segnerà l'evoluzione della ricetta. Nel 1900 a Savannah si organizzò il Dewey Day, una due giorni di festeggiamenti con parate militari e commemorazioni pubbliche in onore del militare. L'Ammiraglio e sua moglie arrivarono in città il 19 marzo del 1900 e presero alloggio al DeSoto Hotel dove li aspettava una grande folla di persone. In hotel vi arrivarono via fiume su di una barca. Era stata organizzata una cerimonia in suo onore ma poco prima dell'inizio fu annunciato che l'Ammiraglio era indisposto. Si disse che il malore era stato causato da una indigestione dovuta alla combinazione di Artillery Punch, del quale l'Ammiraglio ne aveva bevuto comunque un solo bicchiere, e insalata. Tuttavia sembra che all'Ammiraglio fu servito un punch che nella





## THERE'S MORE TO OUR GIN THAN MEETS THE EYE

Firmin Filliers (1888-1965) was the third of five generations in our family. It was he who, shortly after the First World War, created the recipe for our premium hand-crafted gin. Filliers Dry Gin 28 is a delicate balance of 28 meticulously selected botanicals.

Its distinguished taste is a reflection of its creator's character – a dedicated and determined man with a passion for the arts.

*Filliers*  
*Dry Gin 28*

FIRST BELGIAN GIN

PLEASE DRINK RESPONSIBLY.



ricetta era diversamente descritto dall'originale.

Il Savannah *Morning News* intervistò la persona che aveva preparato il punch. Costui volle mantenere l'anonimato e sentendosi sotto accusa per il malore volle allontanare i sospetti dalla sua persona. Affermò che il suo punch non era per niente forte. «L'ammiraglio probabilmente ha sofferto di acidità – dichiarò l'uomo – acidità magari dovuta alla frutta utilizzata nella ricetta. La ricetta è molto più debole rispetto a quella originale al cui cospetto la mia è acqua!».

## LA RICETTA

### CHATAM ARTILLERY PUNCH

Ricetta suggerita da **David Wondrich** in *"Punch"*

Preparare un oleo saccharum composto dalla buccia di 12 limoni e due tazze di zucchero, aggiungere 40 cl di succo di limone ca, dissolvere il composto e mescolare in una bottiglia da 75cl colmando con acqua per riempire. Quindi riporre in frigorifero.

In una bowl con ghiaccio mescolare lo shrub così ottenuto, 1 bottiglia di VSOP Cognac, 1 bottiglia di Bourbon, 1 bottiglia di Rum jamaicano e tre bottiglie di Champagne brut.

Miscelare e servire.

La cronaca dell'evento riportata dal *Morning News* di Savannah parla di un punch composto da due galloni di Catawba wine, un gallone di Santa Cruz Rum, mezzo gallone di te, una cassa di non precisato Champagne a colmare, il succo di tre dozzine di limoni, fettine di ananas e arancia, Maraschino cherrie.

Al tempo il Catawba era un vino americano molto popolare sulla costa orientale degli USA, ottenuto da un vitigno rosso creato dall'innesto di due viti diverse (*Vitis vinifera* e *Vitis lambrusca*) che assomigliava a un Lambrusco dolce. Oggi non è impossibile trovare questo vino e nel suo *Imbibe* Wondrich suggerisce di sostituirlo eventualmente con un Zinfandel bianco.

L'uva Catawba, che mantiene comunque origini ancora oscure, divenne ben presto molto importante nella storia del vino americano. Dal 1825 al 1850, fu quasi certamente l'uva più coltivata negli Stati Uniti. Nicholas Longworth di Cincinnati fu uno dei pionieri della vinificazione di questa uva. Impiantò una vigna di Catawba lungo il fiume Ohio, fondò una cantina e iniziò a produrre l'omonimo vino frizzante sulla falsa riga degli Champagne.

Nel corso degli anni molte varianti hanno interessato la ricetta del Chatam Artillery Punch.

Nel libro *Savannah Cookbook* l'autore Damon Lee Fowler presenta una versione secondo lui molto simile all'originale. Anche in altri libri gli autori si avventurano alla ricerca della probabile ricetta originale. Questo mistero che aleggia intorno alla ricetta è la magia che accompagna i grandi drink.

**Alessandro Palanca**

Fonte- *Southern Spirits*- Robert F. Moss

BEVI RESPONSABILMENTE

RISERVA CARLO ALBERTO

# THE ENCHANTING VERMOUTH



VERMUT . TORINO . SINCE.1837  
RISERVACARLOALBERTO .COM

# 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





# PREGIATISSIMO MEUNIER

Egly-Ouriet e Tarlant, tra le poche Maison che declinano al meglio uno dei vitigni più singolari

DI VALENTINA RIZZI

**C'**era una volta un castello da fiaba, di quelli dove di solito c'è una principessa che dorme, forse rapita da una perfida creatura e dove c'è un principe che affila la spada per andare a salvar-

la. A Reims, nella città francese dove le principesse diventano regine, si intrecciano miti e leggende su come il vino più affascinante del nostro secolo sia nato.

Storia e leggenda si legano a scienza, fisica e astronomia; c'è chi crede che



**VITIGNI**  
IN ALTO L'UVA  
PINOT  
MEUNIER.  
QUI SOPRA LA  
VIGNA EGLY  
OURIET.

l'uva segue i cicli lunari e chi pensa che è sempre la stessa ogni anno.

Nel corso dei secoli i vitigni prima selvatici sono stati affinati e portati a dare il massimo. Ne sono nate nuove "specie", proprio come il Pinot Meunier, uno dei vitigni più discussi nel mondo dell'enologia. Quel Pinot Meunier spesso considerato di poco talento se messo a confronto con Chardonnay e Pinot Noir, due grandi vitigni che compongono la maggior parte delle cuvée champenoise. Le tipologie di vitigni pinot so-

no maggiormente diffuse nella zona di Champagne, almeno il 30%, ma sono presenti anche in Borgogna e in Alsazia.

Il Pinot Meunier è una varietà di vitigno che fa parte della famiglia del Pinot. Si tratta di una speciale mutazione derivante da quello nero. Il suo particolare nome deriva dal termine francese "Meunier". Significa mugnaio e richiama la caratteristica lanugine presente sulla parte inferiore della vite, che sembra essere ricoperta da farina. Si tratta di un vitigno che pur discendendo direttamente dal Pinot Noir ha caratteristiche di produzione migliori e più abbondanti. Si parla infatti di un tipo di vite che vegeta tardivamente e per questo riesce a evitare di essere danneggiata da gelate che poi ne ritarderebbero la produzione e quindi la vendemmia.

La sua coltivazione e produzione trovano l'area di eccellenza nei terreni della Francia, dove si riscontrano le necessarie condizioni climatiche e ambientali necessarie al suo sviluppo. Da qui la ricerca di un giusto equilibrio per produrre

**LUXARDO®**

BEVI RESPONSABILMENTE

*The craziest  
Negroni is  
White*



White Negroni



- 20 ml - 3/4 ounce of Luxardo Bitter Bianco
  - +
  - 20 ml - 3/4 ounce of Luxardo London Dry Gin
  - +
  - 20 ml - 3/4 ounce of white Vermouth
- Garnish with Lemon Peel

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



**PRODUTTORI**  
 IN ALTO,  
 FRANCIS EGLY.  
 QUI SOPRA LA  
 SEDE DELLA  
 EGLY-OURIET.

uno Champagne 100% Pinot Meunier. Poche sono le maison che producono questa particolarità. Personalmente ritengo che siano due le Maison che esprimono al meglio questo difficile vitigno. La Maison Egly-Ouriet è stata tra le prime a produrre un Pinot Meunier in purezza. Le uve provengono dalla sua proprietà di due ettari a Vrigny, villaggio classificato Premier Cru. Produttore ormai mitico, ritenuto un interprete d'eccezione del Pinot Meunier, Francis Egly dal 1992 dona lustro a una tradizione familiare risalente al 1930. I suoi vigneti si

trovano a Bouzy, Verzenay e soprattutto ad Ambonny, dove ha sede, oltre ai due ettari a Vrigny dai quali nasce un Pinot Meunier in purezza. I vigneti, la cui età media è di ben 45 anni, sono condotti seguendo la massima naturalezza. «Faccio meno interventi possibili, ma non sono un biologico. Anzi, credo non bisogna trattare troppo, ma neanche vietarsi nul-



la...», confida molto acutamente Francis.

La qualità di Egly-Ouriet affonda le proprie radici, oltre che nella tradizione, in un terreno gessoso del tutto particolare che dona all'uva un gusto altrettanto unico. La fermentazione dei mostri avviene solo con lieviti indigeni in barrique, per metà di Tronçais e per metà di Vosges, con *élevage* sulle fecce per 7-10 mesi.

La malolattica è svolta o meno a seconda dei vini e questi sono imbottigliati senza filtraggio né collatura. Segue un tiraggio piuttosto lungo, non meno di 42 mesi, in una cantina particolarmente fredda. Ciò permetterebbe anche una riduzione dei solfiti, un perlage molto fine e maggiore complessità.

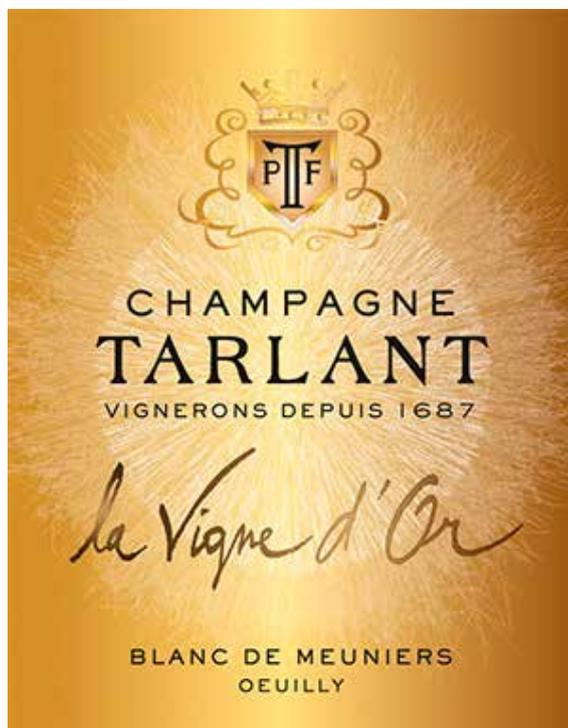
Nel caso di Egly-Ouriet Les Vignes de Vriigny Blanc de Noir - 100% Pinot Meunier. La sua fermentazione, naturale e senza lieviti aggiunti, quindi tradizionalmente frutto di soli lieviti indigeni avviene in barrique. Primo *élevage* sui lieviti che dura circa un anno senza bruciare le tappe; il vino si chiarifica lentamente come si faceva 50 anni fa. Messa in bottiglia senza filtraggio né collatura.

48-50 mesi di soggiorno sui lieviti e almeno 6 mesi di riposo dopo *dégorgement*. Dosaggio della liqueur 2/3 gr/L. Questa bottiglia non è classificata Grand Cru perché le uve provengono esclusivamente dai vigneti di Vriigny, zona classificata Premier Cru dal 2003. Ma questo non significa che la vigna sia meno pregiata o qualitativamente inferiore, anzi in questa zona trova il massimo splendore la produzione di Pinot Meunier.

Questo Champagne si presenta alla degustazione con un bel color giallo paglierino tendente all'oro, brillante. Al naso presenta note complesse di frutta secca, miele e spezie. In bocca grande slancio minerale e fresco, con note fruttate e floreali. Il suo finale è armonico e fine.

La seconda Maison scelta per i suoi prodotti eccellenti è Tarlant, produttore di secolare tradizione familiare sito a

*La qualità di Egly-Ouriet deriva da un terreno gessoso molto particolare capace di donare all'uva un gusto inconfondibile*



**FAMIGLIA**  
DALL'ALTO,  
BENOIT E  
MELANIE  
TARLANT.

Oeuilly, nella Vallée de la Marne. I Tarlant, infatti, coltivano la vite dal 1687 con Pierre e tra i loro 14 ettari di proprietà ne spicca uno addirittura su piede franco (Les Sabres). Si tratta di una rarità il cui terreno sabbioso preservò la vigna dall'attacco della fillossera.

A Oeuilly i Tarlant vi si stabilirono con Louis nel 1780. Tuttavia sarebbe stato un successivo Louis, 130 anni più tardi, a creare la prima cuvée Tarlant. Nacque così questa piccola realtà ora condotta

dalla 14ª generazione rappresentata da Benoit, talentuoso vigneron ed enologo, e da sua sorella Melanie che si occupa della comunicazione. Ancora più intensamente del padre Jean-Marie, Benoit rispetta la vigna ed esalta la micro-territorialità in funzione delle diverse varietà, le tre classiche ma anche le più antiche.

Benoit predilige le vinificazioni in barrique, nuove e usate a seconda dei casi, nonché piccoli tini di acciaio, ma si è cimentato perfino con elementi ovoidali

# 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



#### UVE

QUI SOPRA LA VIGNA TARLANT. A DESTRA UN MOMENTO DELLA PRODUZIONE NELL'OMONIMA CANTINA.

in cemento, sempre parcella per parcella, con bâtonnage durante l'inverno è successiva chiarifica per gravità. I vini non svolgono la malolattica e quelli di riserva sono conservati in botte. Negli anni '90, Tarlant è stato precursore dei dosaggi zero.

La Vigne d'Or 2004 - 100% Pinot Meunier è forse l'etichetta più rappresentativa di Tarlant. Questo Champagne è frutto di un singolo vigneto, il lieu-dit "Pierre de Bellevue" piantato 53 anni or sono, vendemmiato a settembre 2004. I mosti hanno fermentato in barrique, dove sono rimasti sulle fecce con un periodico bâtonnage, fino ad aprile.

Questo vino è stato imbottigliato a maggio 2005 e, dopo il dégorgement manuale, non dosato. Naso di grande fascino, fitto e compatto, animato da un'intensa fruttosità rossa affiancata da note legnose che si fanno via via più speziate (anice) e note terrose che insieme vanno a rafforzare quella sensazione di freschezza boscosa. Sfodera una personalità importante, declinazione del Pinot Meunier in purezza diversa



da quei nomi tanto osannati. Per questo motivo l'assaggio iniziale lascia un po' perplessi, soprattutto a causa della sua secchezza iniziale che si evolve poi in una freschezza inusuale che esalta un frutto succoso, vivacizzato da una speziatura che ricorda il pepe bianco e la cannella. L'aspetto più sorprendente è alla fine. La sua bevibilità non ha eguali, piacevole, stuzzicante, ricorrente ed esaltante.

Lo Champagne è uno dei vini più affascinanti del mondo e custodisce un infinito di segreti e curiosità! Ci vorrebbero pagine e pagine per raccontare cos'è successo in tutti questi secoli di storia. A me personalmente piace pensare che lo Champagne rappresenti il più nobile dei sentimenti. Amore per il vino, amore per la vita e amore nel senso stretto della parola. Proprio come una celebre canzone narra.

**Valentina Rizzi**

Bevi Responsabilmente

AGAVE  
EARTH  
FIRE  
MEZCAL



MADE IN MÉXICO  
DISTRIBUITO DA ONESTI GROUPspa



# IN PRINCIPIO ERA IL PUNCH

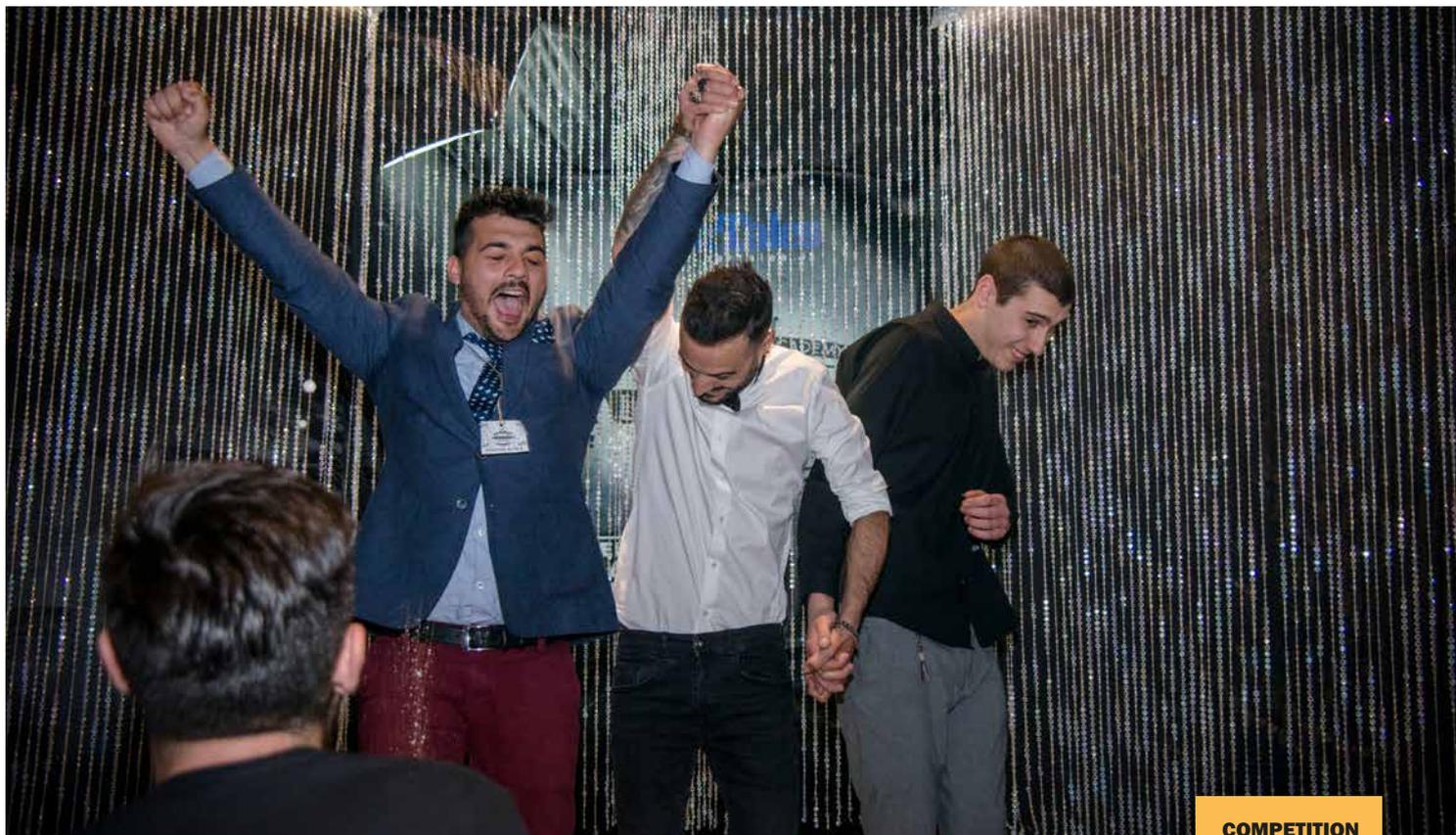
Tra ricette esclusive e rituali affascinanti, a ritroso nella storia del cocktail

DI FABIO BACCHI

**F**inissimi liquori, estratti di fiori, infusi di erbe, essenze di frutta, spezie rare, il tutto attentamente misurato, dosato e miscelato con movimenti fluidi ed eleganti, accompagnato da una spiegazione affascinante. Il bartender diventa creatore di ricette esclusive e interprete di una ritualità che trasforma la preparazione di un drink in un'affascinante

e coinvolgente esibizione di sapienza e maestria. Con questa premessa alcuni tra i migliori mixologist appartenenti alla nuova generazione del bartender italiano si sono confrontati a Roma in un impegnativo concorso di cocktail unico nel suo genere.

Organizzato da Meeting Place Academy e BarTales Magazine in collaborazione con



**COMPETITION**  
 IN APERTURA IL  
 GRUPPO DEI  
 PARTECIPANTI,  
 QUI SOPRA  
 NICOLA  
 RUGGIERO  
 ESULTA PER LA  
 VITTORIA.

Enoteca Bernabei di Roma e il supporto di brand come Pampero, Ketel One, Zacapa, Real Cocktail Ingredients, Smirnoff, Tanqueray, Bulleit, Talisker, Camus, Gonzalez Byass, e Puro Ghiaccio (fornitore ufficiale di ghiaccio alimentare), “Liquid Gems Cocktail Challenge” ha preso il via a dicembre per articolarsi in quattro prove a tema e concludersi con la sfida finale del 23 maggio.

Il concorso si è delineato come un percorso a ritroso nella storia bicentenaria del cocktail. A partire dalla prima prova dedicata al punch, le successive tappe hanno riguardato la miscelazione americana di New Orleans, l'utilizzo di vini naturali liquorosi e il periodo della Belle Epoque.

Perché iniziare dal punch? Perché nella storia il cocktail ha assunto diverse forme, ha mutato i contenuti seguendo quelli della società civile della quale è sempre stato testimone discreto e gentile, identi-

ficando uno stile di vita.

Prima del cocktail vi era il punch, un genere di bevanda la cui preparazione celebrava la capacità di mettere in equilibrio tra loro i sapori primari alla ricerca di un gusto sempre nuovo e diverso. Il punch serviva ai marinai per superare le difficoltà di una vita estrema, costituiva il momento di socialità a bordo, era forma di nutrimento e di cura.

Nelle Tavern e Inn, le prime forme di bar moderno, il punch metteva sullo stesso piano tutti gli avventori, che bevevano attingendo da un'unica grande coppa. Quando il punch arrivò nelle case delle famiglie divenne momento di consumo celebrativo

*Nei primi bar moderni, il punch metteva sullo stesso piano gli avventori che bevevano attingendo da un'unica coppa*





di ogni ricorrenza, assunse forme e contenuti più sofisticati ed eleganti. I grezzi barili dei punch marinai, i grossolani vasi di terracotta delle Tavern vennero sostituiti da raffinate tazze per distinguere il ceto sociale dei consumatori. Il punch divenne borghese, aristocratico, sempre più sofisticato, mai comune e sempre diverso.

La sua parabola discendente iniziò quando la nuova società industriale modificò gli stili di vita. Nell'affermarsi di una nuova competizione sociale il cocktail personalizzato, confezionato espressamente per il singolo, divenne il nuovo modo di bere e consumare. Oggi, sull'onda della riscoperta di antiche ricette, il fascino del punch ha catturato l'attenzione del bartending 2.0, per riproporre il suo eclettismo. Ecco perché il punch è stata la prima prova di una gara durante la quale i candidati si sono confrontati su alcuni dei momenti fondativi e più straordinari della mixology.

Il tema della finale, rimasto segreto sino alla fine, è stata una doppia prova nella quale i bartender finalisti si sono confrontati nel twistare un classico della miscelazione cubana e nella proposi-

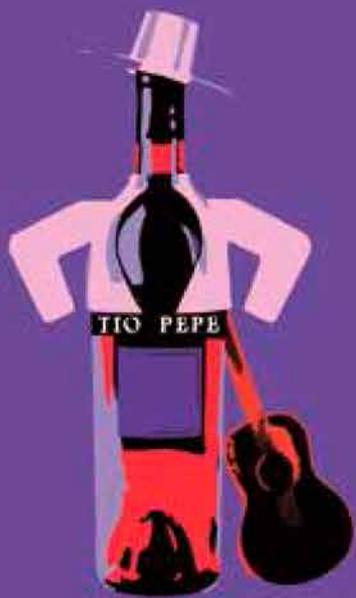
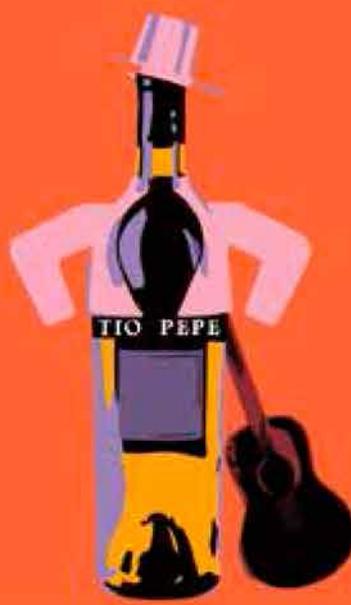
Ron  
**ABUELO**  
PANAMA



*"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.



#SherryRevolution



zione di una ricetta esclusivamente con prodotti italiani. Per ogni tema i candidati sono stati chiamati a creare le loro ricette evidenziando conoscenze storiche, merceologiche, tecniche di esecuzione e presentazione, talento e personalità.

Le giurie delle singole tappe variavano sempre ed erano composte da affermati bartender e brand ambassador nazionali che prima di ogni tappa hanno tenuto un educational sul tema del concorso. I concorrenti, 20 per tappa, hanno realizzato un punteggio per ogni singola tappa e alla fine del circuito la classifica risultante dalla sommatoria di ogni singolo piazzamento per parte-

## I GIUDICI DI LIQUID GEMS COCKTAIL COMPETITION

**Filippo Sisti** – Carlo e Camilla in Segheria – Milano

**Gianni Zottola** – Tiki consultant – Bologna

**Mirco Turconi** – Piano 35 – Torino

**Fabrizio Fischione** – BA Diageo Reserve

**Marco Graziano** – Le Vie del Rum

**Andrea Fofi** – Whisky & Co – Roma

**Giorgio Fadda** – Westin Europa & Regina Hotel – Venezia

**Enrico Magnani** – Brand Specialist Onesti Group

**Claudio Perinelli** – The Soda Jerk – Verona

**Giovanni Ceccarelli** – Drink Factory – Bologna

**Riccardo Marinelli** – JTP – Roma

**Jonathan Di Vincenzo** – Tiki Comber – Cesenatico

**Danilo Lanteri** – Rosewood Hotel – Londra

**Luca Rapetti** – Brown's Hotel – Londra

**Tommy Colonna** – Gambrinus Cafè – Bari

**Alessandro Procoli** – JTP – Roma

**Jimmy Bertazzoli** – Aguardiente – Ravenna

**Giuseppe Mancini** – BA Bulleit Whiskey – Diageo



cipante ha delineato i dieci bartender finalisti che si sono disputati un ricco montepremi finale: una borsa di studio utile per affinare il proprio bagaglio culturale e professionale.

Con un montepremi di 16.000 euro distribuito tra vincitori delle singole tappe e finalisti, Liquid Gems è la gara di mixology più ricca in Europa. Le prove si sono svolte presso il Meeting Place Bar, locale della



## I 10 FINALISTI

**Nicola Ruggiero**  
Katuscia People & Drink- Bari

**Diego Guazzarotti**  
Spaccio - Senigallia (AN)

**Coppola Vincenzo**  
Meeting Place Academy - Roma

**Daniela Tanasa**  
Biberon - Frosinone

**Vincenzo Losappio**  
The Spirit - Milano

**Gianmarco Laghi**  
Palazzo Dama Hotel- Roma

**Valerio De Palo**  
Caffé Italia - Matera

**Lukasz Kloc**  
8mm - Roma

**Alessandro Zampieri**  
Mercante - Venezia

**Cristopher Rovella**  
Dèja'-Vu - Novi Ligure (AL)

capitale, frequentatissimo dal popolo degli aperitivi. Ogni prova ha costituito per il pubblico una serata-evento, scenografica, divertente, ricca di sorprese, durante la quale era possibile ammirare e ascoltare i

bartender concorrenti che si esibivano su di uno stage, microfonati e introdotti dal presentatore ufficiale dell'evento, Luigi Di Dieco.

Tra i dieci finalisti ha prevalso Nicola



**VINCITORE**  
**NICOLA**  
**RUGGIERO**  
 RICEVE IL  
 PREMIO COME  
 PRIMO  
 CLASSIFICATO.

Ruggiero del Katiuscia People & Drinks di Bari, che ha preceduto altri due giovanissimi, il marchigiano Diego Guazzarotti e il piemontese Christopher Rovella. Tra Ruggiero e Guazzarotti il testa a testa è stato lungo e coinvolgente. Da sottolineare lo spirito di gruppo e la condivisione creati tra i concorrenti provenienti da tutta

Italia che periodicamente si ritrovavano a Roma.

La prima edizione di questo concorso si è conclusa così in un'atmosfera di festa con l'impegno a replicare il prossimo anno con una formula ancora più avvincente e ricca.

**Fabio Bacchi**

## LE RICETTE VINCENTI

### MARY PICKFORD#2 di Nicola Ruggiero Katiuscia People & Drinks Bari

#### INGREDIENTI

- 4,0 cl Pampero Blanco Ron
- 2,5 cl di succo di ananas arrostito
- 2,0 cl di chutney di melograno
- 1,0 cl Maraschino infuso al mallo

Tecnica: shaker. Glass: tazza in legno. Garnish: 1 ciliegia al Presidente e ananas al forno

### BRUJA DE L'HABANA di Diego Guazzarotti Spaccio - Senigallia (AN)

#### INGREDIENTI

- 15 ml Falernum hm
- 25 ml succo di lime
- 20 ml liquore Strega
- 10 ml Ron Cacique 500
- 30 ml Rum Wray e Nephew

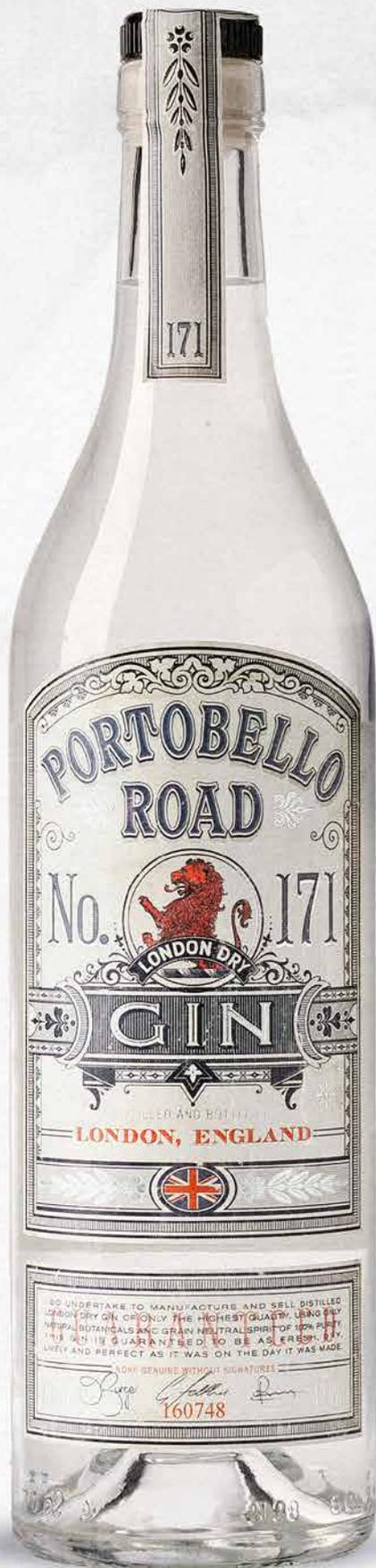
Tecnica: shake & double strain.  
 Glass: calice. Garnish: foglie di ananas e lime disidratato

### FERNANDEZ PRESIDENTE di Christopher Rovella Dèja' Vu - Novi Ligure (AL)

#### INGREDIENTI

- 4,0 cl. Ron Zacapa
- 2,25 cl. Dubonnet
- 1,5 cl sciroppo di ananas al Maraschino hm
- 0,75 cl. shrub pompelmo e lime
- splash di Ginger Beer

Tecnica: shaker. Glass: copita.  
 Garnish: crosta di zucchero e sale, vaporizzazione di Talisker Skye



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)

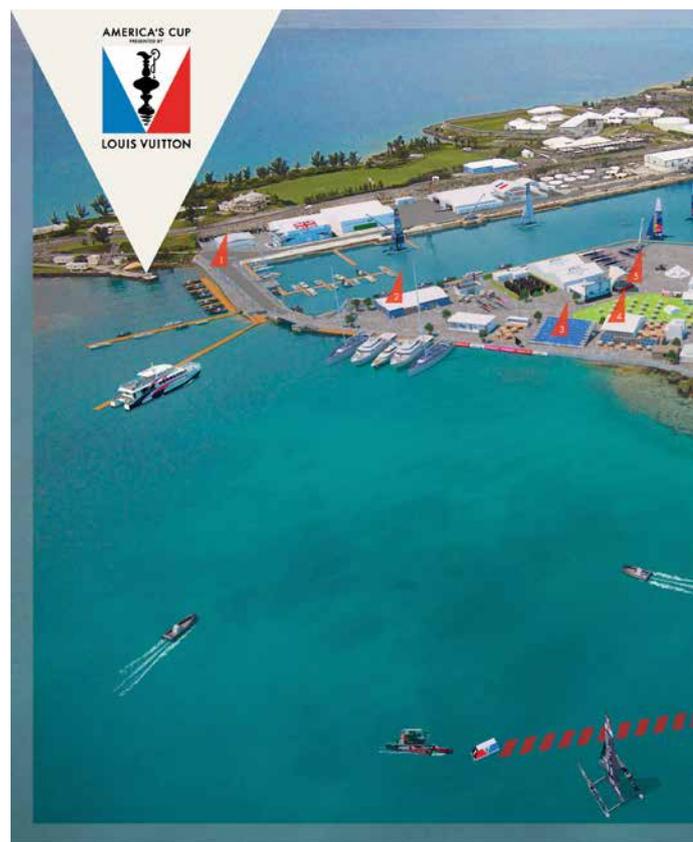
# IL RUM DELLE CENTO GHINEE

A Bermuda  
l'antica ricetta,  
sponsor  
della storica regata

DI FABIO BACCHI

**L'**America's Cup, il più antico trofeo sportivo del mondo, si è svolta quest'anno nel Great Sound, uno spazio di acqua alle Bermuda, arcipelago composto da 181 isole con soli 60.000 abitanti, particolarmente indicato per le competizioni veliche grazie alle singolari condizioni atmosferiche.

Anticamente chiamato Coppa delle Cento Ghinee, dal nome del costo per la realizzazione del trofeo, la denominazione America's Cup è in vigore dal 1988. Il detentore del titolo (defender), la barca americana Oracle Team USA, ha affrontato lo sfidante (challenger) Emirates Team New Zealand. Alla fine delle regate il trofeo è andato a New Zealand che ha vinto per 7



AREA	ITEM	LOCATION
AMERICA'S CUP VILLAGE	America's Cup Village Entrance	1
AMERICA'S CUP VILLAGE	America's Cup Official Store	2
AMERICA'S CUP VILLAGE	Grandstand Seating	3
AMERICA'S CUP VILLAGE	Longtail Lounge VIP Hospitality	4



regate a 1. Centro logistico dell'evento è stato l'America's Cup Village situato nel



AREA	ITEM	LOCATION
AMERICA'S CUP VILLAGE	Main Stage	5
AMERICA'S CUP VILLAGE	Food and Beverage	6
AMERICA'S CUP VILLAGE	Orbis Kids Zone	7
AMERICA'S CUP VILLAGE	Goslings Dark 'n Stormy® Island Bar	8



Goslings Cup 2017

BarTales  
WWW.BARTALES.IT

Goslings  
EST. 1808

PALLINI



Goslings Cup 2017

BarTales  
WWW.BARTALES.IT

Goslings  
EST. 1808

PALLINI

**COMPETITION**  
 IN ALTO, IL  
 PRESENTATORE  
 LUIGI DI DIECO.  
 QUI SOPRA  
 MALCOLM  
 GOSLING CON  
 DIEGO  
 GUAZZAROTTI.



Goslings Cup 2017

BarTales  
WWW.BARTALES.IT

Goslings  
EST. 1808

PALLINI

Royal Navy Dockyard e nel quale era allestito il Gosling's Black Seal Cocktail Bar. Il

noto e affermato Rum delle Bermuda era anche il Rum ufficiale dell'evento. In veste di spettatore era presente anche Diego Guazzarotti, giovane bartender marchigiano e vincitore della Gosling's Black Seal Cup 2017, una cocktail competition promossa in Italia da Gosling's Rum, brand di Bermuda, e dal suo importatore italiano



Pallini SpA.

Gosling's Black Seal Rum è il risultato di un'antica ricetta del 1858 e nasce da una miscela di Rum provenienti da Bar-

bados, Giamaica e Trinidad, assemblata e invecchiata alle isole Bermuda dove la famiglia Gosling's risiede dal 1806.

Gosling's Rum è stato il Rum dell'Ame-



Goslings Cup 2017

BarTales

Goslings

PALLINI



Goslings Cup 2017

BarTales

Goslings

PALLINI



Goslings Cup 2017

BarTales

Goslings

PALLINI



Goslings Cup 2017

BarTales

Goslings

PALLINI



Goslings Cup 2017

BarTales

Goslings

PALLINI



Goslings Cup 2017

BarTales

Goslings

PALLINI

**FINALISTI**  
 IN QUESTE  
 PAGINE,  
 DALL'ALTO:  
 SAMUELE  
 CAMPANINI,  
 SALVATORE  
 CAPOZZI,  
 MAURO  
 CORTESE, SARA  
 D'ANDRIA,  
 ALESSANDRO  
 GOVERNATORI,  
 DIEGO  
 GUAZZAROTTI,  
 BEATRICE  
 MARRI,  
 FABRIZIO  
 MASECCHIA,  
 ORAZIO  
 MATERA, LUCA  
 MORONI,  
 ENRICO  
 NICOLINI,  
 DANIELA  
 TANASA.

rica's Cup 2017 ed è il componente del Dark&Stormy, signature cocktail della casa e drink nazionale di Bermuda, composto da Gosling's Black Seal, ginger beer e

lime (optional). Altre referenze di Gosling's Rum presenti in Italia sono l'overproof Gosling's 151 e il Family Reserve. Gosling's Black Seal 151 gode della stessa fama



Goslings Cup 2017

BarTales  
www.bartales.it

Goslings

PALLINI



Goslings Cup 2017

BarTales  
www.bartales.it

Goslings

PALLINI

del Black Seal classico. Questa potente miscela a 75,5° è componente ideale nella miscelazione Tiki per ricette come Zombie, Swizzle, Mai Tai e nella preparazione di punch. Gosling's Family Reserve è prodotto con lo stesso blend del Black Seal Rum e invecchiato per 16 anni in bot-

## I FINALISTI

**Samuele Campanini**  
Reggio Emilia

**Salvatore Capozzi**  
Aversa

**Mauro Cortese**  
Napoli

**Sara D'Andria**  
Taranto

**Alessandro Governatori**  
Ancona

**Diego Guazzarotti**  
Ancona

**Beatrice Marri**  
Arezzo

**Fabrizio Masecchia**  
Napoli

**Orazio Matera**  
Barletta

**Luca Moroni**  
Roma

**Enrico Nicolini**  
Lecce

**Daniela Tanasa**  
Frosinone

ti di rovere. Il risultato è l'acquisizione di preziose e complesse note di gusto. Questa speciale edizione è prodotta in piccole quantità, imbottigliata con etichetta applicata a mano con timbro in cera e numerazione della botte.

La GRBSC cocktail competition è stato un evento itinerante che si è articolato su 3 semifinali. Tra le ricette inviate da tutta Italia e selezionate online, 54 bartender hanno avuto accesso alle tre semifinali.

Dalle tre tappe di Lecce (Nazionale Restaurant & Bar), di Napoli (Brusco Cocktail Bar) e Riccione (Pepper Bar), sono risultati i 12 bartender (quattro per semifinale) che



# NAVY ISLAND JAMAICA



“Navy Island XO Reserve is a superior blend of hand-selected Jamaican rums including some of the finest aged rums distilled in traditional Jamaican Pot Stills.”

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

PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selected and Distributed by Pellegrini S.p.A. Drink responsibly.

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

 Pellegrini Spa

# 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.



si sono confrontati nella finale di Roma presso il Meeting Place Bar.

I tre vincitori delle semifinali sono stati Enrico Nicolini a Lecce, Mauro Cortese a Napoli e Samuele Campanini a Riccione. I concorrenti dovevano cimentarsi nella preparazione di una ricetta ispirata proprio al tema dell'America's Cup ed esaltare la spirit expression di Gosling's Rum. I Rum che potevano essere utilizzati nelle ricette erano Black Seal e 151, singoli o in combinata.

La giuria della finale era composta da Malcolm Gosling, giunto dalle Bermuda e da Mario Farulla, bar manager di Baccano a Roma. Dopo avere preso parte a un educational sul Rum e al sorteggio di gara i

concorrenti si sono esibiti su di uno stage appositamente realizzato e con il bar in normale attività, microfornati per interagire con pubblico e giuria e introdotti da Luigi Di Dieco, presentatore ufficiale dell'evento.

L'evento finale era una gara dalla quale



Goslings Cup 2017

**BarTales**  
www.bartales.it

**Goslings**  
SINCE 1858

**PALLINI**

tutti ripartivano da zero e i risultati delle semifinali ne sono usciti ribaltati. Particolarmente attraente è stata la formula di gara che permetteva al pubblico del Meeting Place Bar di assistere alle performance dei bartender. Declinate in diversi modi, presentate con estrema cura

dei dettagli che richiamavano l'ispirazione marinaresca, e caratterizzate da freschezza e facilità di esecuzione.

Come già scritto il vincitore è risultato Diego Guazzarotti dello Spaccio American Bar di Senigallia che ha preceduto Luca Moroni dell' Urbana 47 di Roma e Orazio Matera del Parisienne di Bari. Il premio per il vincitore era molto importante: un viaggio alle Bermuda per assistere alle regate dell'America's Cup e la possibilità di intervenire professionalmente al Gosling's Bar del villaggio sportivo.

A fine evento tutti i partecipanti sono stati premiati da Micaela Pallini e Malcolm Gosling che ha sottolineato la mancanza di dubbi circa «la capacità del bartending italiano di potere esaltare la spirit expression di Gosling's Rum in ricette per le quali è stato molto difficile decidere».

**Fabio Bacchi**

## LE RICETTE VINCENTI

### 1° Classificato

**Diego Guazzarotti**  
**Spaccio Spiriti Alimenti e**  
**Diversi - Senigallia (AN)**  
**CARIBBEAN BREEZE**

#### INGREDIENTI

- 15 ml sciroppo al pepe Baie de la Passion (hm)
- 20 ml succo di lime
- 10 ml shrub all'arancio e pepe Timut (hm)
- 20 ml N°3 London Dry Gin
- 40 ml Gosling's Black Seal Rum
- top Gosling's ginger beer

Tecnica: shake & strain. Glass: Tiki mug con ghiaccio. Garnish: fiori eduli, lime disidratato, pepe Baie de la Passion

### 2° classificato

**Luca Moroni**  
**Urbana 47 - Roma**  
**DARK'N SHADY**

#### INGREDIENTI

- 50 ml Goslings Black Seal
- 7,5 ml succo di lime
- 15ml sciroppo vaniglia & cardamomo
- Gosling's Ginger Beer

Tecnica: shake. Glass: highball.  
Garnish: lime caramellato al Campari Bitter e bacche di pimento

### 3° Classificato

**Orazio Matera**  
**Cocktail Bar Parisienne**  
**Giovinazzo (BA)**  
**GOLSING'S SUMMER CUP**

#### INGREDIENTI

- 6 cl Gosling's Black Seal Rum
  - 3 cl sciroppo di basilico
  - 2 cl succo di lime
  - top Gosling's ginger beer
  - float Gosling's Rum 151
- Tecnica: shake & strain. Glass: highball. Garnish: lime disidratato, zenzero, basilico



# 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

# IL PIACERE A CERTE CONDIZIONI

## Come e perché i sapori variano Il condizionamento valutativo

DI GIOVANNI CECCARELLI

**H**o già affrontato il tema del gusto e del sapore e di come la presenza di sale, la temperatura di servizio e le operazioni di marketing, possono influenzare la percezione del gusto e modificare la piacevolezza percepita. Il discorso è ancora molto ampio, complicato ma sicuramente affascinante. Qui cercherò di spiegare perché apprezziamo

di più alcuni gusti (e sapori) rispetto ad altri, se e come varia la percezione di un cibo o di una bevanda con l'età, e perché in alcune culture si apprezzano di più alcuni sapori rispetto ad altri.

Come prima cosa è importante ricordare che il cibo è necessario al nostro sostentamento perché ricco di nutrienti come zuccheri, sale, vitamine, grassi e proteine. Il gusto è il senso attraverso il quale selezioniamo questi nutrienti. Come ci ricorda il professor John Prescott, nel suo libro "Taste Matters: why we like the foods we do", è l'evoluzione della nostra specie che ci ha dotato del senso del gusto. Attraverso il gusto selezioniamo i cibi di cui abbiamo bisogno oppure scartiamo quelli di cui non abbiamo bisogno o che sono potenzialmente tossici.

L'apprezzamento per il gusto *dolce* è innato: tutti, appena nati (e anche da adulti), apprezziamo la dolcezza. Il latte materno, non a caso, è estremamente dolce. La motivazione evolutiva va ricercata nel fatto che dolce è sinonimo di carboidrati e zuccheri, cioè di energia per il nostro corpo, necessaria per la cresci-

Figure 1: Five Basic Tastes





ta e per svolgere le attività quotidiane. Questo non vuol dire che più un alimento è dolce più viene apprezzato: superata una certa concentrazione zuccherina il dolce inizia ad essere apprezzato sempre meno.

Un altro gusto il cui apprezzamento è probabilmente innato è l'*umami*, importante perché ci aiuta a riconoscere cibi contenenti proteine e glutammato di sodio (per noi occidentali il formaggio grana è umami). Si ritiene sia innato perché si è visto che i neonati apprezzano e non sono indifferenti a questo gusto come invece sono indifferenti al salato.

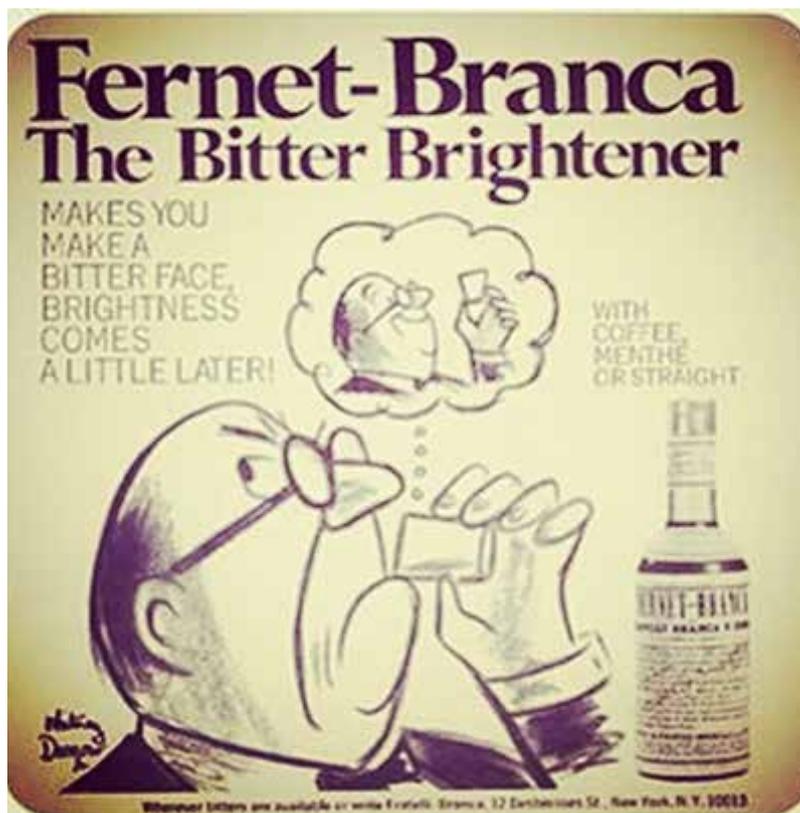
L'apprezzamento al gusto salato, che si sviluppa intorno ai sei mesi, ci permette di individuare quei cibi ricchi di minerali, in particolare del cloruro di sodio (comune sale da cucina) necessario alla

nostra sopravvivenza.

Lanciano invece un campanello di allarme l'aspro, l'effervescente e anche l'amaro. Un possibile motivo è che i cibi troppo acidi o effervescenti (pensate alla fermentazione) potessero essere associati a cibi in stato di decomposizione, che stavano fermentando (presenza di batteri e lieviti) e dei quali quindi era bene evitarne il consumo.

Anche il disgusto per l'amaro è innato: i bambini appena nati non lo apprezzano. Probabilmente il rifiuto per questo gusto ha permesso ai nostri antenati di evitare l'assunzione di sostanze tossiche che spesso sono amare.

Il disgusto per un sapore o un alimento non è solamente innato, come nel caso dell'amaro. Nella maggior parte dei casi, se acquisito con la crescita, è lega-



to a problemi gastrointestinali a seguito della sua assunzione. Tuttavia, durante la nostra vita e per vari motivi, le nostre preferenze di gusto cambieranno. Questo vuol dire che siamo in grado di imparare ad apprezzare certi gusti o sapori che a livello ereditario siamo portati a rifiutare o apprezzare. Inoltre, è noto a tutti che culture diverse apprezzano cibi diversi: in Asia sono apprezzati il piccante e lo speziato mentre in Europa molto meno.

I motivi alla base del cambiamento di gusti con la crescita e a seconda della zona di provenienza sono molteplici. Un motivo è il *condizionamento valutativo*: associare un gusto al quale siamo indifferenti o non apprezziamo particolarmente, con qualcosa che ci piace o che ci è familiare, può portare ad un suo apprezzamento.

Il condizionamento valutativo spiega il successo delle operazioni di marketing (*BarTales*, aprile 2017), ma anche il fatto che se si viene ripetutamente esposti ad

un determinato gusto è possibile che lo si inizi ad apprezzare.

Un'altra teoria ci dice che siamo più propensi ad apprezzare cibi che erano presenti nella dieta di nostra madre durante la gravidanza e l'allattamento. Mangiare (o bere) è un momento di socialità o comunque legato al contesto in cui viviamo: è ragionevole pensare che, se cresciamo in una famiglia o in una società dove si fa ampio consumo di tè o caffè saremo più propensi ad apprezzarli.

Il gusto che si inizia ad apprezzare maggiormente con la crescita è sicuramente l'amaro. Inizialmente ci causa repulsione, ma con il passare degli anni lo si inizia ad apprezzare sempre di più (non a caso birra e caffè sono tra le bevande più consumate al mondo).

Una motivazione potrebbe essere quanto detto prima, ovvero che la ripetuta esposizione porti all'apprezzamento anche dell'amaro. C'è invece chi ipotizza che riducendosi l'intensità percepita, si apprezzano di più gusti o sapori in passato ritenuti troppo forti.

Conoscere questi meccanismi è fondamentale per il bartender professionista. Nelle catene alberghiere o strutture di livello internazionale, il personale al bar e in cucina viene formato affinché, conoscendo le abitudini di un cliente proveniente da una determinata nazione, possa soddisfare al meglio le sue richieste. Inoltre può far comprendere come mai non a tutti piacciono gli stessi drink, oppure il fatto che l'equilibrio è strettamente personale: se un cliente gradisce un Moscow Mule o un Margarita con poco succo di lime, o addirittura con un po' di zucchero, questo non deve costituire un problema.

**Giovanni Ceccarelli**

Georgi Radev, Mahiki London



**Crisp Apple Real**  
 Made with premium Red, Golden and Granny Smith Apples grown in the United States

**Piña Real**  
 Infused with premium pineapples from Costa Rica

**Black Cherry Real**  
 Infused with premium Chilean Black Cherries

**Blueberry Real**  
 Infused with premium Goldtraube Blueberries from the Pacific Northwest

**Peach Real**  
 Infused with Elegant, Summer & Rich Lady Peaches

**Mango Real**  
 Infused with Alfonso Mangoes from India

**Raspberry Real**  
 Infused with Willamette and Glen Clova Raspberries from the Pacific Northwest

**Coco Real**  
 Contains real coconut meat from hand-picked tropical Coconuts

**Strawberry Real**  
 Infused with hand-picked Camarosa, Ventana and Albion Strawberries from California

**Pumpkin Real**  
 Infused with premium pureed Pumpkin the Jalisco region of Mexico

**Agave Real**  
 100% organic blue Agave Nectar from the Jalisco region of Mexico

**Ginger Real**  
 Infused with premium Laitwa Ginger puree

**Passion Real**  
 Infused with premium Purple Passion Fruit from Vietnam

**Kiwi Real**  
 Infused with premium Kiwi from New Zealand



# SPIRITO DI GRUPPO

La decima edizione della kermesse parigina all'insegna della semplicità e della condivisione

DI ALESSANDRO SERRANI



**N**on è necessario, nel mondo del bar, moltiplicare eventi e occasioni perché si realizzi il desiderio di cambiamento, eterna ossessione degli addetti ai lavori e dei suoi fruitori. A volte basta davvero poco per raggiungere l'obiettivo. Al di là degli aspetti commerciali e di marketing, un evento legato a questo settore parte sempre da un presupposto: la condivisione dei suoi

singoli momenti e delle sue articolazioni.

È nello spirito di semplicità – ma anche di complicità sull'asse organizzazione-espositori-pubblico – che il mese scorso, a Parigi, si è tenuta la decima edizione di “Cocktails Spirits”. Nella “Maison Rouge” del quartiere Bastiglia, sulla riva destra della Senna, in uno spazio più volte definito eclettico e pittoresco, simbolo dell'Art Brut (in italiano, letteralmente,



L'ABUS D'ALCOOL EST DANGEREUX POUR LA SANTÉ. À CONSOMMER AVEC MODÉRATION.



“Arte grezza”). Nel dodicesimo arrondissement, su una superficie di duemila metri quadrati, la fondazione d’arte nata per volontà del collezionista Antoine de Galbert, che in poco più di una decade è riuscita a guadagnarsi un ruolo importante sulla scena artistica parigina, si è riempita di una folla di appassionati del bar provenienti da tutto il mondo.

Lo slogan della kermesse (“In Bartender we trust”) ha posto – ancora una volta – l’attenzione sulla figura attualmente più alla ribalta nell’industry, affiancato dall’imprescindibile mantra: “l’abus d’alcool est dangereux pour la santé, a consommer avec modération”.

Eppure, non si è trattato di solo bartending. Da un lato si riconosce che sempre più spesso gli stand delle aziende e dei

# COCKTAILS SPIRITS

PARIS

**10<sup>ème</sup> ÉDITION**

LE SALON EUROPÉEN DES NOUVELLES TENDANCES  
LES 5 & 6 JUIN 2017 • LA MAISON ROUGE





**SEMINARI**  
 ALCUNI  
 MOMENTI DELLA  
 MANIFESTAZIONE.  
 QUI SOPRA  
 DARKHORSE@  
 BARROUGE.

distributori si arricchiscono di postazioni bar dove i prodotti offerti vengono puntualmente miscelati a regola d'arte dai protagonisti del momento; ma dall'altro si intuisce che quell'impostazione nasce dal desiderio di avvicinare anche coloro

che del settore poco comprendono. Da qui, sempre più evidente, l'esigenza delle stesse aziende produttrici di ridurre prodotti estremamente complessi a qualcosa di semplice, valorizzando quello spirito di condivisione, ricerca e passione verso cocktail and spirit. Un'idea alla base anche dell'offerta formativa.

Per i seminari sono stati scelti tre diversi palcoscenici: "Le Bar Rouge", il

“P(our) Symposium” e “L’Ambassade”. Nel primo caso, emblematico il susseguirsi di testimonianze spesso marginalizzate nell’ambito di eventi europei analoghi, chiamate ad illustrare realtà casalinghe (“La Commune”, “Les Grands Verrese”, e il più blasonato “Experimental Cocktail Club”) o quelle più esotiche o meno mediatiche (come “Le Jardin de Tamani” di Kaboul, l’“High Five” di Tokyo o il “Native” di Singapore).

In questo contesto i titoli degli incontri lasciavano già intuire qualcosa di più profondo: “Sharing is caring”, “Celebrating hospitality”, “Weathering the storms”. Nel secondo caso, è stata la volta dei seminari più concettuali e di principio, eppure intriganti e appetibili: “Driving gender balance”, “Metaphors, perspectives, and thinking differently”, “Finding the balanced recipe for your business” o “Respect the diversity”.

Il terzo spazio, infine, ha ospitato la formazione più tecnica, quella orientata più che altro sui prodotti e sulla storia nativa o produttiva che li caratterizza, che cerca di far da ponte tra le tendenze del momento e le esigenze di ricerca. Sul piano dell’offerta prodotti, l’innovazione non è mancata.

Molte sono state le novità presentate in anteprima sul mercato internazionale, spaziando dagli aperitivi (tra i più rappresentativi si veda ad esempio quello artigianale dell’azienda Argalà, Del Professore o Q Bitter, piuttosto che MMC3), ai liquori (Roots Rakomelo), agli spiriti d’agave (l’uscita del nuovissimo Del Maguey Wild Jabali), ai Calvados, ai Cognac, ai Gin (Stauffenberg Dry Gin o il Nikka Coffee Gin), ai Rhum (Trois Rivières Cuvée Oman), ai Whisky (Scapa Glansa).

Senza troppo stravolgere la classica



impostazione di genere, va riconosciuto il merito dell’organizzazione di aver ancora una volta stupito con semplicità all’insegna della condivisione internazionale.

**Alessandro Serrani**

# IL SAPORE DEL PASSATO

## FORGOTTEN SPIRITS & LONG LOST LIQUEURS

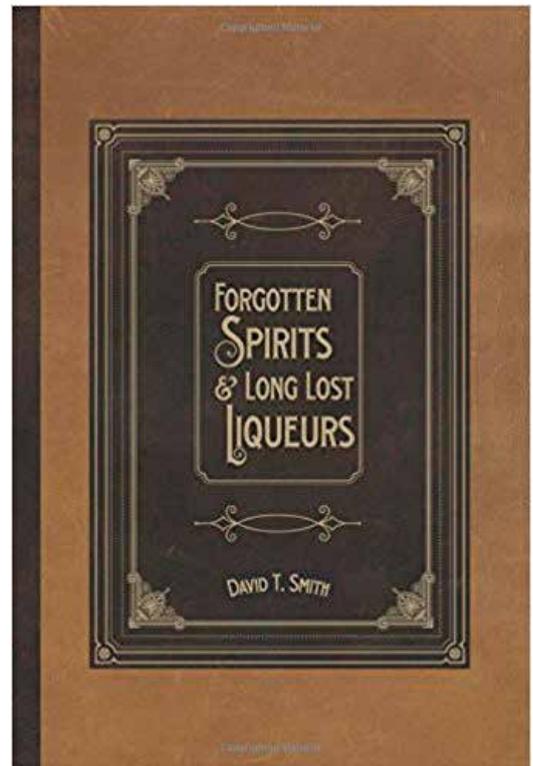
David T. Smith – pag. 110 – 24,00 usd

**S**e volete fare un viaggio a ritroso nell'oscurità della *golden age* un comodo mezzo è la lettura di questo libro che esplora la storia di alcuni spiriti, liquori e bitter assunti al ruolo di icone del bartending mondiale nel corso della nuova *cocktail age*.

Leggendo questo libro vi imatterete in Crème Yvette, ma anche in qualcosa di più misterioso come Crème de Geniève, Asparagus Gin e Coconut Whisqueur. qualora non bastasse, troverete anche le ricette che prevedevano quegli ingredienti perduti, o difficili da reperire, caduti nell'oblio e in alcuni casi risorti.

L'autore, David T. Smith, è uno scrittore di settore e consulente di distillerie artigianali, da sempre grande estimatore dei libri di David Wondrich e Ted Haigh, tra i primi a focalizzare quegli argomenti. Particolarmente attento al fenomeno delle piccole distillerie artigianali, David Smith ha intercettato il fenomeno della riscoperta di questi prodotti e la possibilità che molti di essi potessero essere riprodotti.

Per il bartending più esigente le differenze tra un Old Tom e un Holland Gin possono essere decisive nella realizzazione di un classico Collins e il testo aiuta a comprendere quali potessero essere al tempo le loro differenze. L'autore nota altresì che ogni bartender ha una sua particolare predilezione per un *lost ingredient*, nel suo



caso un liquore di pompelmo chiamato al tempo Forbidden Fruit.

Nella lettura del libro si percepiscono le difficoltà che l'autore ha incontrato. Una per tutte, i dubbi circa la ricetta dell'Abbotts Bitter, probabilmente l'originale per il Manhattan, che insieme a Angostura e Boker's è un componente della bitter trinity. Non mancano delle interviste a figure di settore.

Il volume merita di figurare nella biblioteca del semplice appassionato o del più esigente bartender. Fondamentalmente perché aiuta a comprendere il passato e forse la traiettoria futura.

**Alessandro Palanca**

# 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)*





LOUIS XIII

Rémy de Martin  
GRANDE CHAMPAGNE COGNAC



AGNELLI COMPLEMENTS  
PARTNER IN CUCINA

Calvisius CAVIAR

**110 E LODE**

2 OTTOBRE 2017

**ALBERGO DELL' AGENZIA**  
POLLENZO - BRA (CN)

Con il Patrocinio  
University of Gastronomic Sciences  
Università degli Studi  
di Scienze Gastronomiche

laBancadellVino

Duina della Grappa

