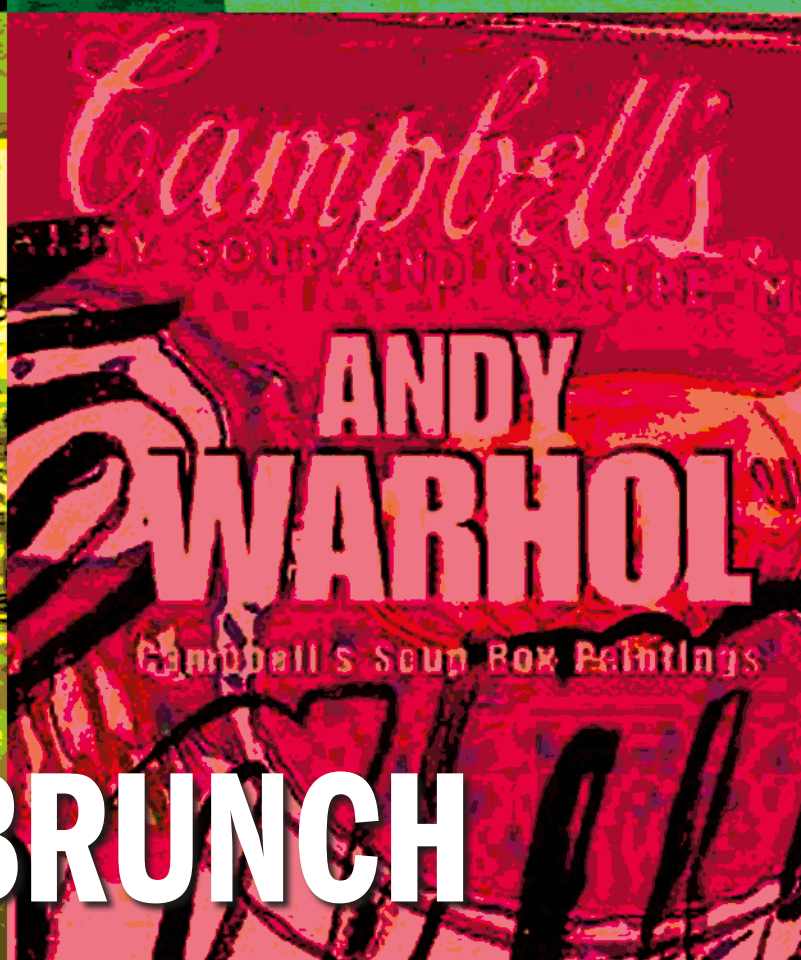


# BarTales

ANNO V | N. 3 | NOVEMBRE 2017



COCKTAIL STORY

## SORSI DA BRUNCH

*Face to face*  
ROBERT BURR

*Liquid story*  
FAMA DI CONTEA

*Hot spirit*  
L'ISOLA DELL'ORO BIANCO



8



14



30



24



52



36



46

73



62

86



82

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida  
IL FASCINO NOSTALGICO DEI '60
- 6** **News** DAL MONDO
- 8** **Face to face** di Fabio Bacchi  
ROBERT BURR: IL RUM
- 14** **Liquid Story** di Luca Rapetti  
FAMA DI CONTEA
- 24** **Cocktail Story** di Alessandro Palanca  
SORSI DA BRUNCH
- 30** **Bar Story** di Gianni Zottola  
POTENZA DEL BLENDER (2)
- 36** **Zoom** di Valentina Rizzi  
MONMARTHE & AYALA
- 46** **Hot spirit** di Davide Staffa  
L'ISOLA DELL'ORO BIANCO
- 52** **Report/1** di Giulia Arselli  
NON SOLO RUM
- 62** **Report/2** di Luca Rapetti  
LONDRA, VETRINA DEL BARTENDING
- 73** **Report/3** di Claudio Furio  
BERLINO SPERIMENTAZIONE E INNOVAZIONE
- 82** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli  
TESORO DI CALABRIA
- 86** **Competition** di Giulia Arselli  
CINQUE STELLE CON LODE
- 94** **Book corner** di Alessandro Palanca  
SEGRETI DEL SOL LEVANTE

**BarTales** ANNO V | N. 3 | NOVEMBRE 2017

**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,**  
**Claudio Furio, Alessandro Palanca,**  
**Luca Rapetti, Valentina Rizzi, Davide**  
**Staffa, Gianni Zottola**

**EDIZIONE WEB A CURA DI**  
**SkillLab srl**  
(consulenza@s-lab.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013  
Tribunale di Napoli  
www.bartales.it

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

**BEVI RESPONSABILMENTE**

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

# Carattere senza tempo

Ron Abuelo 12 años viene invecchiato in botti di rovere bianco americano selezionate a mano, a una gradazione alcolica più bassa per creare un rum dal carattere eccezionale con un perfetto equilibrio di spiccate note di frutta essiccata.

[ronabuelo12.com](http://ronabuelo12.com) #CarattereSenzaTempo



DISTRIBUITO DA ONESTIGROUP.COM

BEVI RESPONSABILMENTE

Ron  
**ABUELO**  
PANAMA

ISPIRA GENERAZIONI **DAL 1908**



# BITTER IS BETTER

Amari di Puglia

BEVI RESPONSABILMENTE



APULIAN  
BITTER  
SYMPHONY

BARTALES COCKTAIL  
COMPETITION 2017  
6 novembre  
PUTIGNANO (BA)



# IL FASCINO NOSTALGICO DEI '60

**L**i chiamano Midster. Sono quelli che oscillano in quella fase della vita, la midlife, l'età di mezzo, che il mercato identifica come tappa vibrante e attiva, piena di energia e potenzialità. Quella fase, comunemente detta maturità, che va dai 35 anni ai 50 e oltre, sempre più vissuta come un'estensione della giovinezza, un periodo insomma in cui ci si può ancora reinventare. Iconoclasta, nostalgica e fortemente positiva è gente di mezz'età, senza, però, le paranoie della mezza età, fondamentalmente attratta dal sapore dolce e rassicurante dei grandi ritorni. I dischi in vinile, il confort degli arredi anni Cinquanta, le serie televisive che hanno fatto la storia della tv. Una per tutte quella del "Dottor Kildare", la fiction statunitense, realizzata dal 1961 al 1966, basata sui romanzi di Max Brand e diventata poi anche una fortunatissima striscia a fumetti. Chi ricorda gli avvincenti episodi di Richard Chamberlain (il dr. Kildare) e di Raymond Massey (l'irascibile dottor Gillespie) tra le corsie del Blair General Hospital, forse ramminerà anche il Bull Shot. Un drink speciale (*a pag. 24*), nostalgico, fuori dal comune. A base di consommé di manzo e molto simile al Bloody Mary, il Bull Shot, fu uno di quei Gentlemens Drink molto in voga al tempo del Rat Pack. Un drink nato a fine anni Cinquanta, pioniere di un nuovo trend nel bere miscelato specialmente in quella Detroit, "motor city", metropoli industriale di successo che fino al 1960, prima della bancarotta culturale ed economica, fu una delle città più importanti d'America. La storia del Bull Shot coincide con quello della ribalta delle celebrity quando consolidò la sua fama, soprattutto a Hollywood, nel decennio successivo. Servito ancora in Inghilterra come bevanda rigenerante specialmente dopo bevute abbondanti, in Italia è quasi caduto in oblio, più o meno sconosciuto alla gran parte dei giovani bartender. Peccato. Sarebbe perfetto per i Midster di oggi.





## TORBATI PER UN GIORNO

Un giorno dedicato ai Whisky torbati. La 2ª Edizione di “A Tutta Torba” organizzata da Spirit of Scotland - Rome Whisky Festival si terrà presso il Chorus Cafè nella giornata di domenica 3 dicembre dalle 15,00 alle 23,00. Il programma prevede l'esposizione di oltre 150 etichette torbate, un vintage e collector corner, un'area dedicata al food pairing, 4 guest bartender del panorama romano, uno shop fornitissimo. L'official Whisky sponsor sarà Laphroaig, le degustazioni seguono la formula a gettoni e l'ingresso è gratuito previa registrazione.



### FAKE BURBON

Buffalo Trace e Van Winkle hanno reso noto l'esistenza di bottiglie false del celebre Bourbon. Il possessore di due false bottiglie messe in vendita a 1.500 usd è attualmente sotto processo presso il Tribunale di New York. L'azienda ha invitato a fare acquisti solo dai rivenditori ufficiali e a tal proposito Mark Brown, Presidente e Amministratore Delegato di Sazerac, titolare di Buffalo Trace Distillery ha dichiarato: «purtroppo i Bourbon di Van Winkle sono l'ultima vittima della contraffazione, così vengono ingannati i consumatori».

Buffalo Trace ha avvertito che le bottiglie che non dispongono di etichetta e capsula con identico colore sono “segno sicuro di frodi”.



### IBA WCC

L'austriaco Mario Hofferer è stato incoronato campione del mondo alla World Cocktail Competition 2017 IBA che si è svolta a Copenaghen. Hofferer vive attualmente a Marbella e per la sua ricetta ha dichiarato di essersi ispirato alla Spagna e alla Regina d'Austria utilizzando Sangria e spumante austriaco. Il taiwanese Chun-Shen Chen ha vinto il concorso flairtending. Durante l'annuale congresso International Bartender Association lo spagnolo Pepe Dioni è stato eletto nuovo Presidente dell'associazione. La World Cocktail Competition 2018 si terrà in Estonia.







## SCOTCH D'ELITE

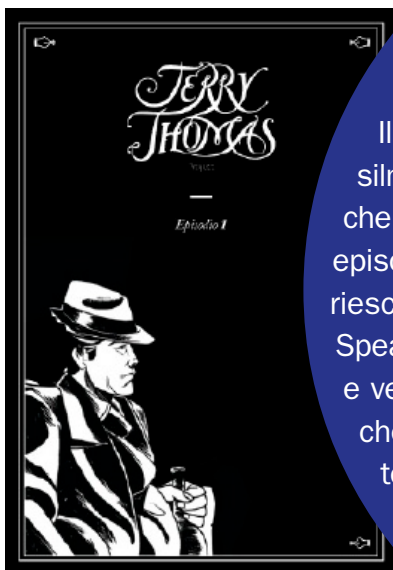
Con un investimento di 35 milioni di gbp Diageo si appresta a rilanciare le distillerie di Port Ellen e Brora chiuse dal 1983. I due brand sono tra i più ricercati e collezionabili dagli amanti del Whisky scozzese. Le loro apparizioni nella serie annuale Special Releases di Diageo sin dal 2001, ha attirato una attenzione crescente facendo lievitare i prezzi in modo significativo. Secondo Diageo l'investimento è una "chiara e importante dichiarazione di fiducia sul futuro del Whisky scozzese". Diageo si aspetta che il lavoro su entrambe le distillerie venga completato entro il 2020.

## IRLANDESI IN CORSA

Tra il 2014 e il 2016 il numero delle licenze concesse alle distillerie di Whiskey in Irlanda è raddoppiato portando il numero a 18. In fase di pianificazione vi sono altre 16 distillerie e l'anno scorso il distillato ha infranto il limite mai raggiunto dei 100 milioni di bottiglie. Questi i numeri rilevati dagli analisti a fronte di quelli di cinque anni fa che riportavano solo 5 distillerie in attività. Nonostante il successo di esportazione del Whisky irlandese, è il Gin lo spirito in più rapida crescita tra i consumatori irlandesi. Le vendite di Vodka sono diminuite ma rimane lo spirito più consumato in Irlanda.



## LE STRISCE DI JERRY



Il nuovo progetto del JTP è quello di raccontare mensilmente, sotto forma di mini Graphic Novel, una storia che ruoti intorno al mondo del Jerry Thomas: aneddoti ed episodi realmente accaduti, storie vere o di fantasia che riescano a catturare l'autentico spirito del Jerry Thomas Speakeasy. Storie brevissime, ironicamente noir, di facile e veloce fruizione per tutti gli utenti dei social network che avranno il piacere di leggerle ogni settimana sotto forma di "strisce digitali". Allo studio il progetto di stampare a fine anno lo Year Book con la raccolta di tutte le tavole, un'edizione limitata e certamente desiderata da tutti i fan del JTP.



---

# ROBERT BURR: IL RUM È ALLEGRIA, VOGLIA DI STARE INSIEME

Per il patron del Miami Rum Renaissance Festival, il Rum è il migliore alleato del bartending

DI FABIO BACCHI

**È** il viaggio la stella polare della loro vita. Robert e Robin Burr, due dei volti più noti della Rum community mondiale non hanno dubbi in merito. Viaggiare li ha portati a conoscere lo spirito che è diventato passione e interesse, viaggiare è il miglior modo per conoscere l'affascinante e divertente mondo del Rum.

Robert e Robin Burr li abbiamo incontrati a Roma in occasione di ShowRum 2017 dove hanno partecipato come giudici all'annuale concorso di Rum inserito all'interno dell'evento organizzato da Leonardo Pinto. Burr è scrittore, editore

della Rob's Rum Guide, Rum expert nei tasting panel di tutto il mondo, organizzatore del Miami Rum Renaissance Festival e di crociere nei Caraibi alla scoperta dei luoghi del Rum, cittadino del mondo, innamorato di immersioni. Lo scuba diving ha portato i coniugi Burr a visitare tutte le isole caraibiche prima, il mondo poi, e, inevitabilmente, il Rum.

Barbancourt fu la scintilla che accese in Robert la passione per il Rum. «Non che altri Rum non fossero interessanti, sottolinea Robert - ma Barbancourt era diverso. Degli amici di scuola mi fecero assaggiare quel Rum. Fu una rivelazione,



con Barbancourt scoppiò una passione».

**Come giudichi l'attuale situazione del Rum e le sue conseguenze sul mercato degli spirit?**

«Spinti dalla relativa facilità dei viaggi e dalla curiosità, i consumatori stanno acquisendo sempre più consapevolezza sul prodotto. Una consapevole educazione al bere di qualità sta spingendo i produttori a migliorare sempre più i propri prodotti, allargando la gamma di referenze, cercando di intercettare ogni gusto ma senza dimenticare le proprie origini e tradizioni. I consumatori condividono le proprie esperienze e conoscenze, le diffondono, e tutti i soggetti della filiera sono certi di una cosa: è un mercato in continua evoluzione dal quale non si finisce mai di imparare. Sono fermamente convinto che l'interesse dei consumatori sia la base evolutiva del Rum».

**Pensi che questo interesse per la consapevolezza del prodotto sia dettato da una confusione che, per la verità,**



**RUM**  
ROBERT E  
ROBIN BURR.

**esiste da sempre nel mondo del Rum?**

«Oggi il mondo intero è confuso, certamente nel Rum c'è una carenza di informazioni nella quale anche il marketing è a volte responsabile. Vi sono trappole informative che prescindono dalle dovute informazioni tecniche e che spesso nascondono quello che dovrebbe essere un messaggio molto chiaro: che un buon Rum parte innanzitutto da una



MI SECRETO?  
*la pasión en cada detalle*



*L'importanza dei dettagli*

I piccoli particolari, i segreti, le esperienze...

Sono gli ingredienti che rendono unici i nostri Rum. Dettaglio è eleganza, stile, raffinatezza... secondo i segreti e la tradizione di famiglia Botran.

Tutto parte dalla canna da zucchero e dalla sua selezione per proseguire con i luoghi di coltivazione, l'estrazione del succo e la concentrazione nel *miel virgen*, la speciale fermentazione, la distillazione e l'invecchiamento secondo un particolare sistema Solera.

Ognuno di questi passaggi è frutto di sapienza e cura del dettaglio...

*Ron Añejo*  
**BOTRAN**<sup>®</sup>  
PRODUCTO DE GUATEMALA

Distribuito da: Distilleria Bonaventura Maschio S.r.l. - Tel. 0434 756611 - Fax 0434 758678

distribuito da:



Da 30 anni il punto di riferimento  
nel mondo degli spirits.

vargros.com



buona materia base. Tuttavia oggi l'informazione industriale sta cambiando velocemente per adeguarsi all'esigenza di informazione dei consumatori. Hai visto quel brand che raffigura i pot still sulle etichette corredate di informazioni? È un messaggio chiaro, forte, verso i consumatori».

### **Il Rum ha quindi intrapreso un nuovo percorso?**

«Certamente ci saranno alcuni produttori che andranno sempre più specializzandosi verso una alta qualità che garantirà l'unicità del distillato, preservando il concetto di terroir del prodotto nella materia prima, negli impianti, pur mantenendo quel senso di divertimento che fa piacere il Rum ai consumatori. Il Rum è condivisione, allegria, voglia di stare insieme. I Tiki drink sono divertenti anche nell'aspetto, nelle ricette, nell'atmosfera piacevole che la cultura Tiki sviluppò nell'occidente. Solo il Rum poteva fare questo, i Tiki drink non potevano che nascere con il Rum. Conosci qualcuno che potrebbe bersi un T Punch da solo? No,

il T Punch mette insieme le persone, è il potere del Rum. Ecco, questo spirito deve mantenere il suo senso di divertimento facendosi capire meglio. In fondo è facile».

### **Come vedi la presenza del Rum nel bartending?**

«Grazie alle sue molteplici personalità il Rum è un alleato indispensabile, probabilmente il migliore per il bartending. Del Tiki ti ho detto, sono drink divertenti, ma il Rum sa essere anche molto serio. Infatti un grande Rum può sostituire un classico Cognac, e se pensiamo al Negroni, o al Manhattan, o altri classici, certamente si possono realizzare con un Rum. Puoi immaginare un Daiquiri con il Whisky? Certamente no! Tutto ciò perché il Rum sa essere divertente o serio quando necessita, versatile e conviviale, sociale. Esattamente come i punch dei quali ne è una base preferita».

### **Come nasce il Miami Renaissance Rum Festival?**

«La prima edizione è stata nel 2009. Insieme con mia moglie Robin e mio fi-





glio lo abbiamo voluto concepire come un luogo dove fare incontrare e mettere a proprio agio, produttori, consumatori e trade. All'inizio vi erano solo i grandi brand, poi sono arrivati i produttori più piccoli ma non meno importanti, tantissimi. Il Miami Festival è una festa dove si condividono esperienze e sensazioni

del Rum, in tutti suoi aspetti e da differenti punti di vista, non meno importanti uno dell'altro. Il Miami Rum Festival è stata la prima grande vetrina del Rum negli States, e oggi possiamo dire che è a Miami che si fa il mercato americano del Rum».

**C'è un certo fermento su nuovi regolamenti produttivi del Rum, perlomeno su alcune tipicità, che pone su due diversi fronti molti produttori. Che ne pensi?**

«Che bisognerebbe aprire, allargare la conversazione nel merito a tutti i produttori. Vendere Rum è il loro business e non si può prescindere da alcuno. Met-

tere tutti d'accordo richiede tempo e risorse, bisogna rispettare alcune tipicità. Non so se si riesca a trovare punti comuni in breve tempo. Penso alla piccola Martinica che ci ha messo 16 anni per la sua AOC. Comunque l'unica cosa certa che possiamo dire è che avremmo prodotti differenti, non sappiamo se migliori, qualcuno può essere anche meglio, ma alla fine decideranno i consumatori. E questo processo non riguarda solo i produttori, anche gli enti istituzionali di controllo. Pensa che all'interno del TTB, in USA, ci sono differenti opinioni già su prodotti attuali. Non oso immaginare per quelli che dovrebbero venire».

**Cosa pensi dello zuccheraggio nel Rum?**

«Premesso che questa pratica non può essere liquidata in modo semplicistico parlando di zucchero, e che ogni suo produttore ha dei segreti che devono rimanere tali, basterebbe scrivere tutto in etichetta e lasciare al consumatore scelta e giudizio finale. Ogni Rum farà della reputazione la chiave del suo successo. L'importante è conservare tradizione e reputazione con un buon prodotto, come nel caso del Clairin, ancora oggi consumato dai più poveri. Haiti è l'ultimo paese al mondo dove chiunque può produrre alcol in assoluta libertà. Non è che tutti i Clairin siano buoni, e ad Haiti si sa dove e cosa comprare»

**I tuoi Rum preferiti?**

«Quelli che riescono ancora a esprimere la tradizione e gli stili della loro terra, del tempo e degli uomini che lo fanno. Guyana, Jamaica, Barbados, le tipicità di queste terre che ritrovo nel bicchiere mi fanno pensare agli uomini che le fanno».

**Fabio Bacchi**

*Burr ama i Rum che riescono a esprimere tradizione e stile. Come quelli di Guyana, Jamaica e Barbados*



CITADELLE  
GIN DE FRANCE

Citadelle gin, premier gin français.



# FAMA DI CONTEA

Ha compiuto 180 anni la salsa più famosa al mondo. Fondamentale nel Prairie Oyster Cocktail

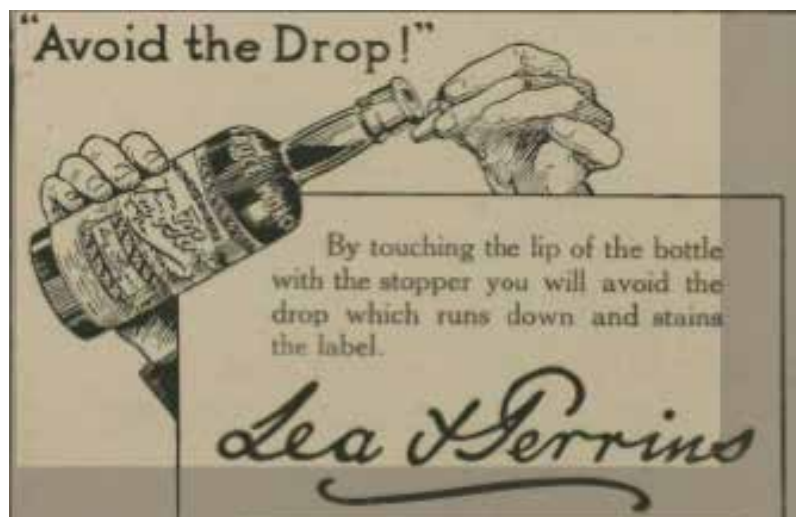
DI LUCA RAPETTI



**W**orcestershire, parola che ha sicuramente creato non pochi problemi di pronuncia per molti bartender italiani, è una delle contee di Inghilterra, localizzata a nord ovest di Londra, nelle West Midlands. Worcester, la sua città più importante che dà il nome alla contea stessa, è la patria di un ingrediente fondamentale nella preparazione di bevande corroboranti e che, proprio quest'anno, ha celebrato ben 180 anni dalla sua cre-

azione: la Worcestershire Sauce.

Lo sviluppo economico di Worcester è stato costante e progressivo durante tutto il XVIII secolo e soprattutto nel XIX secolo, a partire dal 1815 quando venne inaugurato il canale di collegamento con Birmingham e successivamente con l'arrivo dei primi trasporti ferroviari nel 1850. Questo permise a varie attività commerciali di crescere e svilupparsi. Una di queste era la piccola farmacia di un tale John Wheeley Lea, situata al numero 68 di Broad Street, il quale nel 1823 si mise in società con un certo William Henry Perrins. Oltre a preparazioni di tipo medicamentoso, i farmacisti dei primi dell'800 erano anche specializzati in molte altre preparazioni, anche di tipo alimentare. Alcune fonti del periodo attestano che i due risultavano in attività già nel 1823. La vicinanza del loro negozio al fiume Severn, che attraversa la città da nord a sud, permise loro di approvvigionarsi di tutto ciò di cui necessitavano per le loro creazioni. Infatti il fiume,





**SAUCE**  
NELLE  
IMMAGINI  
ALCUNE  
ILLUSTRAZIONI  
DELL'EPOCA  
E LO  
STABILIMENTO  
DI WORCESTER.

sino al sviluppo della ferrovia nel 1862 per mezzo della Severn Valley Railway, rappresentava una fondamentale via di comunicazione e trasporto verso il sud, permettendo di arrivare presso il canale di Bristol, uno dei principali porti della Gran Bretagna.

Qui giungevano materie prime da ogni angolo del mondo e soprattutto da quei territori che facevano parte dell'Impero Britannico: erbe, spezie, radici e ovviamente le testimonianze di coloro che ritornavano in patria dopo un lungo perio-

do trascorso in terre lontane. Nel 1837, quindi molti anni dopo la loro partnership professionale, Lea e Perrins iniziarono ufficialmente a produrre e commercializzare una salsa che, secondo quanto scritto in molti articoli pubblicitari del 1843, era stata "preparata seguendo la ricetta di un gentiluomo locale". Seppure non sia ufficialmente e storicamente confermato, pare che il gentiluomo in questione fosse un certo Sir Marcus Sandys, che di ritorno dall'India dove aveva prestato servizio presso le truppe inglesi lì stan-





## 199. Prairie Oyster Cocktail.

Put 2 spoonfuls of Worcester Sauce (Lee and Perrin's), drop the yolk of a Fresh Egg without breaking, add a little red Pepper and Salt on top and pour 2 spoonfuls of malt Vinegar on top.

## Prairie Cocktail

1 cucchiaino di aceto di vino  
1 tuorlo d'uovo  
pepe o paprica  
1 cucchiaino di Worcestershire sauce.

### SAUCE

IN ALTO  
ILLUSTRAZIONI  
DELL'EPOCA E  
LA RICETTA DEL  
PRAIRIE  
COCKTAIL.

ziate, commissionò ai due farmacisti la riproduzione di una salsa che aveva assaggiato durante il suo soggiorno indiano e che gli era molto piaciuta.

Lea e Perrins tentarono alcune prove, ma la salsa che avevano prodotto non aveva soddisfatto il gusto di Sandys. Trasferirono uno di questi esperimenti in una botte e se ne dimenticarono per quasi due anni. Questa botte fu riscoperta in occasione di un inventario dei loro magazzini. Assaggiarono quindi la salsa rimasta in quella botte, e si accorsero che il gusto era notevolmente cambiato, la salsa risultava molto più piacevole

e gustosa. Decisero quindi di commercializzarla e nacque così la *Lea & Perrins Worcestershire Sauce* che in breve tempo sbarcò sui mercati esteri. Essendo non molto distanti dal porto di Bristol, Lea e Perrins riuscirono a garantire, già a partire dai primi anni '40, il commercio verso gli Stati Uniti d'America e verso l'India. Nel 1840 John Duncan & Sons, di base a New York, iniziò la distribuzione della Worcestershire Sauce per conto di Lea e Perrins, mentre nel 1844, attraverso un articolo del *The Indian Mail*, si venne a conoscenza che la salsa era già servita a bordo della *Great Western Steam-ship* che faceva rotta verso l'India. Il mercato delle salse in Inghilterra aveva già visto, sin dagli anni '20 del XIX secolo, la presenza di altri marchi sul panorama nazionale. Nomi come Burgess e Harvey avevano già consolidato il loro commercio e un elemento in comune era la presenza, tra i vari ingredienti, dell'essenza di acciughe, assai apprezzata dalla clientela inglese e non. Prima della creazione di Lea e Perrins, nessun'altra salsa era mai stata pubblicizzata con il nome o l'indicazione Worcestershire.

17 (B) 79

**B.º NARDINI**  
DISTILLERIA A VAPORE

BASSANO DEL GRAPPA - ITALIA

SELEZIONE BORTOLO NARDINI



## SPIRITO SORPRENDENTE, DAL 1779.

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

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

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

IN ESCLUSIVA PER IL CANALE HORECA

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

BEVI RESPONSABILMENTE



Consumare Diplomaticamente

# DIPLOMÁTICO



DISCOVER DIPLOMÁTICO'S NEW  
TRADITION RANGE.

[rondiplomatico.com](http://rondiplomatico.com)



Importato e distribuito da Compagnia dei Caraibi | [www.compagniadecaraibi.com](http://www.compagniadecaraibi.com)





**FARMACISTI**

I DUE CREATORI DELLA WORCESTERSHIRE SAUCE JOHN WHEELEY LEA E WILLIAM HENRY PERRINS A DESTRA LA TARGA SULL'EDIFICIO DI MIDLAND ROAD.

Tuttavia, come apparso sul *New York Daily Tribune* del 1844, un annuncio pubblicitario per conto del distributore “Gasner & Young” con sede al 132 di Chatham Street a New York, indicava nella sezione salse la Worcestershire Sauce, senza però dare alcuna indicazione dei nomi dei produttori. Pochi anni dopo, nel 1850, il fornitore “R.F.Nichols & Co” pubblicizzò un elenco dei suoi prodotti sul *Daily Crescent* di New Orleans. Tra questi vi si leggevano sia Worcestershire Sauce che Lea&Perrins. Tuttavia i nomi erano separati da una virgola, come ad indicare due diversi prodotti. Il successo della salsa inglese aumentò molto rapidamente. Come menzionato sul *Memphis Daily Appeal* del 1857, la Worcestershire Sauce di Lea e Perrins si era aggiudicata un prestigioso riconoscimento durante l’Esibizione di New York per quanto riguardava le salse inglesi e straniere. Si trattava probabilmente dell’Esibizione del 1853. Nonostante la ricetta della Worcestershire Sauce fosse stata sempre mantenuta segreta nel corso degli anni, in *Manufacturer and Builder* del 1873 apparve la prima ricetta scritta della ormai celebre salsa inglese, che però era il risultato di molti ingredienti e soprattutto prepara-

zioni che non appartenevano alla cultura inglese.

Oltre a walnut e mushroom catsup, due preparazioni di origine indiana che avevano preso piede nelle cucine inglesi in quanto venivano addizionate a pietanze quali zuppe, salse, carne e pesce in generale, la salsa di soia cinese era sicuramente l’ingrediente base per la formulazione della Worcestershire Sauce. Questa informazione venne poi ulteriormente confermata nel 1886 grazie alla testimonianza di Allan Forman sul *Washington Post*, in un articolo che trattava specificamente della salsa di soia di origine asiatica e del suo impiego nella preparazione di quella inglese. Nel 1875 la domanda di Worcestershire Sauce negli USA stava crescendo in modo esponenziale. Per facilitarne il trasporto via mare e garantire un maggior volume di esportazione, Lea e Perrins decisero di trasferire il contenuto della salsa in botti di legno e poi provvedere all’imbottigliamento a New York. Nello stesso anno venne affidata a John Duncan & Sons la ricetta segreta e gli vennero garantiti inoltre i diritti di produzione su tutto il territorio degli Stati Uniti d’America.

Se la fama e il successo di questo





prodotto non si arrestavano, parallelamente a ciò nascevano imitazioni che recavano la dicitura “Worcestershire Sauce”, come quella di Holbrook in Inghilterra (1875), Espenmuller in Indiana, USA (1876) e Gawne in Dunedin, Nuova

Zelanda (1889). Ma in una sentenza della Corte di Giustizia inglese del 1876, venne dichiarato che la Lea&Perrins non possedeva i diritti esclusivi per l'utilizzo di “Worcestershire” in relazione alla sua salsa. È comunque doveroso ricordare, come già affermato

in precedenza, che la firma inglese fu la prima a commercializzare un prodotto con indicazione “Worcestershire Sauce”. Con l'inizio del XX secolo alle porte, Lea e Perrins furono costretti ad erigere un nuovo stabilimento di produzione,

più grande per soddisfare la domanda di mercato. Questo sorse a Midland Road, sempre nella città di Worcester, e la produzione avvenne in questa sede sino al 1980.

Anche la comparsa della Worcestershire Sauce sui ricettari di cocktail risale ai primi anni del 1900, per la precisione uno dei primi fu proprio il “*Recipes of American and other Mixed Drinks*” scritto da Charlie Paul e pubblicato nel 1902 a Londra. Qui vi si ritrovava la ricetta del Prairie Oyster Cocktail, un drink energetico composto da aceto, uovo, sale, pepe ed un tocco di Worcestershire Sauce. Il carattere energetico e rinvigorente della salsa inglese lo si ritrova anche in un altro ricettario contemporaneo a quello di Paul: il “*Red Top Rye*” di Ferdinand Westheimer che inserì la salsa nel Beef Tea, una sorta di antenato non alcolico del Bull Shot, che consisteva in brodo di manzo caldo e condito con sale, pepe, sedano e Worcestershire Sauce. Nonostante la popolarità e la presenza sul mercato globale di Lea&Perrins fossero già consolidati da tempo, nei ricettari dell'epoca non era inserita alcuna menzione del marchio specifico della salsa, ma solo un generico Worcestershire Sauce.

Bisognerà attendere alcuni anni, nel 1923, perchè Harry MacElhone, che aveva precedentemente lavorato al *Ciro's* di Londra, riportasse anch'egli il Prairie Oyster Cocktail nel suo “*Harry of *Ciro's* ABC of Mixing Cocktails*”. Harry fu uno dei primi, se non il primo, a trascrivere, seppur non in modo totalmente corretto, il nome dei due fondatori inglesi della salsa, citandola come primo ingrediente nella composizione della ricetta. Anche Craddock del Savoy di Londra elencò la

*Il Prairie Oyster Cocktail, un drink energetico a base di aceto, uovo, sale, pepe e un tocco di Worcestershire Sauce*



ricetta del Prairie Oyster Cocktail nel suo manuale del 1930, aggiungendo inoltre Tomato Catsup, ovvero una preparazione di pomodoro a cui erano addizionate spezie, sale e aceto, che sarebbe l'antenato dell'odierno Ketchup.

Durante gli anni '30 il Tomato Catsup venne impiegato anche nella preparazione del Tomato Cocktail, bevanda la cui preparazione appariva molto simile a quella che avrebbero distinto il Bloody Mary e il Red Snapper. Il Tomato Cocktail, come riportato nel *Birmingham Daily Gazette*, conteneva Worcester Sauce, succo di pomodoro, condito con un pizzico di sale di sedano, e servito con ghiaccio.

Se aggiungessimo Tabasco, limone e Vodka avremmo un classico Bloody Mary. Gli Stati Uniti continuavano ad essere la piazza d'affari principale per Lea&Perrins Worcestershire Sauce e così fu sin dopo la Seconda Guerra Mondiale. Quando le forniture di salsa di soia per la produzione della base della salsa vennero a mancare si optò per il HVP, ossia un prodotto ottenuto da proteine vegetali e che aveva un costo inferiore.

La successiva seconda metà del XX secolo vide la costante diffusione, su scala mondiale, del prodotto inglese, grazie soprattutto alla sua presenza nel-



**COCKTAIL**  
IN ALTO, IL BLOODY MARY, E A SINISTRA IL BULL SHOT. QUI SOPRA HARLOW CURTICE (A SINISTRA) E LESTER GRUBER.

la ricetta di cocktail corroboranti come Bull Shot e Bloody Mary, quest'ultimo un classico della tradizione inglese e americana e consumato specialmente nel fine settimana.

Nonostante la ricetta venga ancora tenuta segreta, è risaputo che la miscela degli ingredienti, tra cui vi sono due tipi di aceto, melassa, zucchero, sale, acciughe, tamarindo e cipolle, viene affinata per 18 mesi per garantire un gusto omogeneo e ben bilanciato, lo stesso che da quasi due secoli riscuote ancora un enorme successo e ha permesso al mondo intero di conoscere una piccola contea inglese, grazie all'intuizione di due modesti commercianti locali.

**Luca Rapetti**





### BLOODY SAMURAI - di Nicola Ruggiero Katuscia - Bari

#### INGREDIENTI

- 1.1/4 oz Tenshino Yuwaku japanese Shochu
- 1.3/4 oz estratto di pomodoro pachino giallo
- 1/4oz succo di lime
- 2 dash di Lea & Perrins Worcestershire sauce
- 1 spoon mango chutney
- 1/4 oz Sake Akashi -Tai Ginjo Yuzushu

Tecnica: shake & strain. Glass: tumbler alto. Garnish: alga kombu, rondella di lime disidratato.



### BLOODY MARY EVO-lution di Edoardo Nervo - Les Rouge Genova

#### INGREDIENTI

- 40ml Gin Bankes infuso all' olio EVO taggiasca\*
- 25ml Liquore Erba Cedrina Bosoni
- 25ml Memento distillato analcolico
- 15cl succo di pomodoro Niasca Portofino
- 5 dash Lea & Perrins Worcestershire sauce
- 10ml limone

Tecnica: rolling. Glass: highball senza ghiaccio. Garnish: gambo di sedano e ramo basilico

\*Preparazione Gin Bankes all'olio d'oliva: miscelare 7,5cl di Olio EVO taggiasca con 1 litro di Gin, lasciare riposare per 3gg rimescolando di tanto in tanto. Mettere in congelatore per 1 giorno. Rimuovere la parte oleosa e grassa (congelata) mantenendo la parte liquida trasparente (Gin aromatizzato all'olio)



### VICTORIA di Luca Rossi - Muà - Genova

#### INGREDIENTI

- 3 cl Tequila Blanco infuso con pepe nero e peperoncino di cayenna
- 9 cl succo di pomodoro fresco
- 1,5 cl estratto di mela verde acerba
- 2-3 gocce Lea & Perrins Worcestershire Sauce
- Sale al basilico

Tecnica: build. Glass: tumbler alto. Garnish: foglie di basilico



### BLOODY MORNINGS - di Jacopo Castronovo - The Spirit - Milano

#### INGREDIENTI

- 3cl JW Black Label
- 1,5cl Laphroaig 10y
- 1,5cl Sherry Palo Cortado 12y
- 0,5cl miele millefiori
- 2cl succo di pompelmo giallo
- 10cl succo di pomodoro
- 3 dash Lea & Perrins Worcestershire Sauce
- 3 dash BBQ bitter
- 2 pinch di sale
- 2 pinch di pepe

Tecnica: cuban roll. Glass: vintage goblet. Garnish: rosmarino bruciato



### MARY'S DIVORCE di Dora Di Tano - Lo Straccale - L'Aquila

#### INGREDIENTI

- 50 ml Tequila Villa Lobos Reposado
- 20 ml succo di limone
- 90 ml succo di pomodoro
- 15 ml Divorce Mix\*
- 2 dash Lea & Perrins Worcestershire Sauce
- pepe nero qb

Tecnica: rolling. Glass: tumbler. Garnish: gambo di sedano

\*Note: 2 foglie di basilico, 1 pizzico di timo, 1 pizzico paprika affumicata, 2 bsp aceto di amlto, 1 dattero, 10 ml Tio Pepe Sherry Fino. Preparare in un blender.



# NAVY ISLAND JAMAICA



PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

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

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

 Pellegrini Spa



# SORSI DA BRUNCH

## Un nostalgico Gentlemen's Drink targato anni Cinquanta

DI ALESSANDRO PALANCA

**È** un drink fuori dal comune, può essere preparato freddo, d'estate, o caldo, d'inverno. Si presta a molteplici varianti ma un ingrediente rimane sostanziale: il consommé di manzo, magari il Campbell's in lattina che a esso ha sempre associato il successo nel bartending.

Il Bull Shot è un tipico drink da tarda mattinata, un brunch cocktail corroborante, ma non disdegna il consumo a tutte le ore, si accompagna benissimo durante i pasti. La sua eccentricità ne fece un drink preferito da molte celebrità. Sulle sue origini non si hanno notizie certe, ma quello che appare subito è la sua somiglianza con il Bloody Mary. La differenza è nell'uso del succo di pomodoro o del consommé a seconda dei casi, Vodka e condimenti rimangono tali nella ricetta classica. Tuttavia chi ha avuto modo di lavorare per l' Harry's Bar dei Cipriani conosce benissimo un'interessantissima variante che fonde i due concetti di drink in un

tutt'uno che potrebbe essere definito un twist delle due ricette: il Bloody Bull Shot nel quale si fondono consommé e succo di pomodoro insieme.

Personalmente ritengo questo drink il miglior twist sul Bloody Mary, o sul Bull Shot. Pura questione di punti di vista. Il Bull Shot può essere collocato in quello spazio temporale tra gli anni '50 e '60 che il bartending tende a definire come quello dei Gentlemen's Drink al tempo del celebre Rat Pack. La creazione di questo drink viene accreditata a Lester Gruber, proprietario di un famoso club di Detroit

negli USA, il "Caucus Club". A lui faceva capo il ristorante "London Chop House", situato proprio dall'altro lato della strada rispetto al "Caucus Club". Una sera Gruber stava colloquiando con John Hurley, un marketing manager locale della Campbell's Company che stava cercando di promuovere un brodo di manzo già pronto in scatola. Era il 1952 e in quel periodo la Vodka era il prodotto alcolico del





**STORIA**  
 A SINISTRA IL  
 CONSOMMÉ  
 CAMPBELL'S, QUI  
 A FIANCO IL BULL  
 SHOT

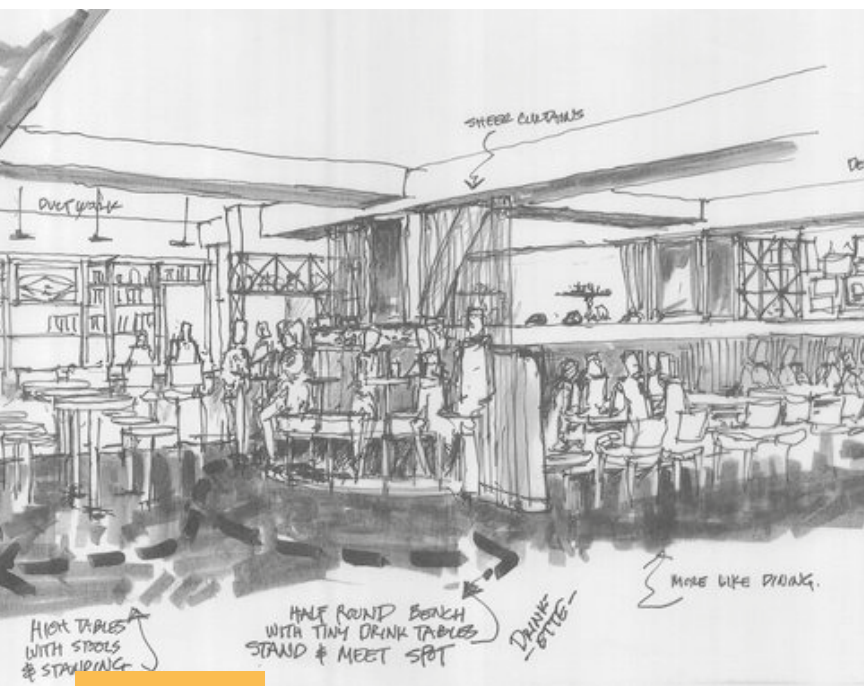
momento negli Stati Uniti. Qualsiasi cosa venisse miscelato o accompagnato con Vodka riscuoteva successo.

Memori del successo del Bloody Mary mescolarono il brodo di manzo alla Vodka, aggiunsero Worcestershire Sauce, Tabasco ed altri ingredienti. La storia narra che fecero assaggiare il drink a Harlow Curtice e Anthony De Lorenzo, rispettivamente Presidente e Deputy Manager della General Motors, azienda tra le più importanti case automobilistiche del mondo e di base a Detroit. Il drink piacque molto e divenne molto popolare durante gli anni '50 e '60.

Le prime notizie del Bull Shot su carta risalgono al 1956/57, tuttavia già un

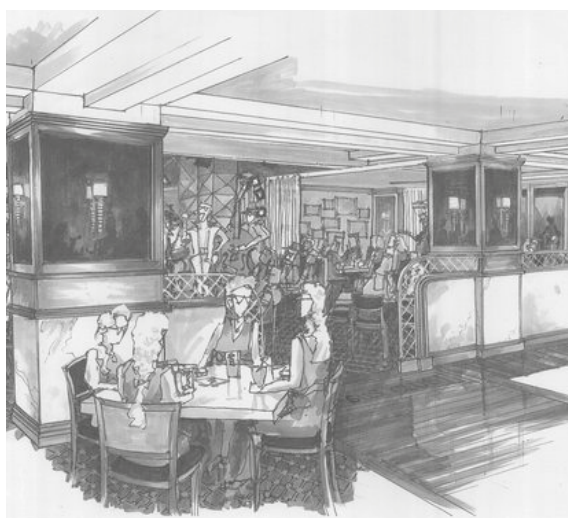






#### STORIA

DUE DISEGNI DELLO STORICO CAUCUS CLUB E NELLE FOTO A COLORI COME APPARE ORA E ALCUNI SOSTENITORI.



anno prima erano apparsi alcuni articoli che parlavano di un nuovo trend del bere miscelato e definivano il drink “Soup On The Rocks”. Ma nel caso specifico il riferimento era al puro mix di brodo e spezie servito con ghiaccio e senza Vodka. Il nome “Bull Shot” giunse come necessità di sostituire lo scontato nome del drink “Soup On The Rocks” al quale era stata aggiunta Vodka. Infatti questo nome non avrebbe mai attirato la clientela verso il nuovo trend. Il drink rimase in voga durante gli anni '60 e '70 come ottima al-

ternativa al Bloody Mary, apparve anche nella serie televisiva "Il Dottor Kildare" interpretata da Richard Chamberlain, e nel film "A Clockwork Orange" con Malcolm McDowell .

Il Bull Shot divenne il drink delle celebrità, i giornalisti lo citavano sempre. Quando un giornale americano di gossip



# VARNELLI

dal 1868

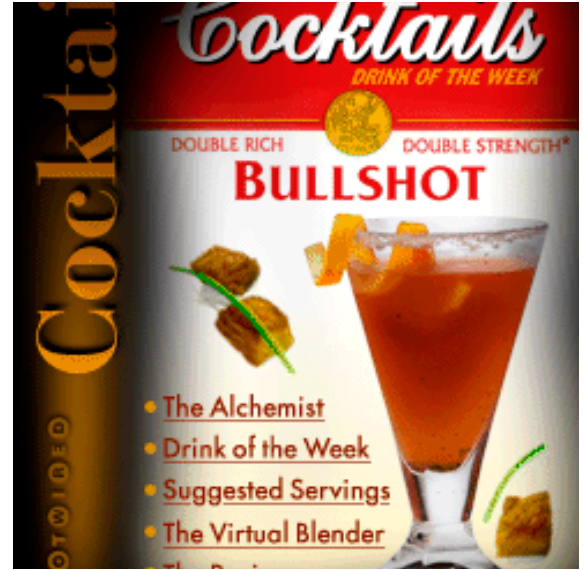
SHALL  
WE MIX?



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

BEVI RESPONSABILMENTE





**COCKTAIL**  
**IL BULL SHOT E**  
**ALCUNE RICETTE.**  
**SOPRA, IL**  
**LONDON CHOP**  
**HOUSE.**

scrisse di una serata brava di Marilyn Monroe a base di Vodka e consommé l'attrice replicò sdegnata dicendo «Ho bevuto solo un po' di Sherry. Che brutta cosa per la Vodka!». Tutt'oggi il Bull Shot viene ancora servito, soprattutto in Inghilterra, come bevanda rigenerante e, di domenica mattina, come rimedio all'hangover della sera precedente. Alcuni bartender preparano il Bull Shot con lo shaker, altri in building, magari in throwing, con molta attenzione alla morbidezza e alla diluizione quando si usa il ghiaccio. Qualora non si usasse del Campbell's ma del consommé fresco, questo deve essere portato ad ebollizione prima dell'uso, molti clienti o bartender hanno il loro ingrediente segreto per personalizzare la ricetta.

Il Bull Shot oggi in Italia è quasi di-



menticato, praticamente sconosciuto ai giovani bartender, un drink retrò carico di nostalgia, scomparso con quella generazione di clienti che amavano consumarlo nei bar dei grandi alberghi o in selezionati ristoranti. Tra gli estimatori italiani, Gianni Agnelli e Giulio Andreotti che, oltre che nelle loro preferite stazioni di montagna, non mancavano di consumarlo a Roma, al "Grand Hotel" da Mauro Lotti, o a Milano, al "Principe di Savoia" da Fabio Bacchi. Attualmente la Campbell's produce ancora questo brodo di manzo in lattina. Il "Caucus Club" oggi è completamente rinnovato ma il ristorante "London Chop House" di Detroit, dopo ben 53 anni di servizio nella Motor City, chiuse i battenti nel 1991.

**Alessandro Palanca**

# VERMOUTH

*Tomaso Agnini*



Due anime, un solo spirito.

## Vermouth all'Aceto Balsamico di Modena

Tomaso Agnini ha unito la fama ed il gusto dell'aceto alla tradizione del Vermouth, miscelando affermate tradizioni regionali italiane.



## Vermouth al Mallo di Noce

Il mallo di noce, la polpa che avvolge il frutto, da sempre usato per il Nocino, liquore tipico della provincia di Modena.





# POTENZA DEL BLENDER (2)

## Morbidezza e texture per un mix ottimale

DI GIANNI ZOTTOLA

**P**ensiamo al risultato che si ottiene nella preparazione del malt milkshake o di qualsiasi smoothies.

La cremosità di bevande come il milkshake, proviene dalla grande quantità di aria che proteine, grassi o alcuni amidi presenti in uno o più ingredienti sono in grado di trattenere a lungo.

Data la composizione degli ingredienti nel Daiquiri non vi sono grassi e proteine, ma gli effetti del metodo di lavorazione sono in parte riprodotti per una uniforme e costante agitazione. Quindi, miscelazione e areazione producono una morbidezza percepita e adatta al tempo di consumo del drink prima che si riscaldi. L'effetto è concretamente rilevante al palato. A maggior ragione le potenti porzioni di Donn Beach necessitavano ancor più di questa morbidezza ed è solo grazie a questa tecnica che impressionanti dosi di alcol overproof potevano essere miscelate con un bilanciamento ottimale. Questa tecnica garantiva a Donn di poter soddisfare sempre le abitudini al bere decisamente forte dei suoi connazionali americani. Ma allo stesso tempo ampliava ancora la paletta aromatica degli ingredienti, spesso speziati, contenuti nel drink, evidenziando le differenti caratteristiche dei Rum.

Spiegare il procedimento non è pos-



sibile attraverso la sola teoria e solo un barman esperto, che ha pienamente compreso il bilanciamento e il contesto storico/sociale può cimentarsi e capire questa miscelazione. Successivamente il poco studio del cocktail, correlato all'inesistente conoscenza delle "antiche" tecniche fondamentali di miscelazione, ha incentivato l'utilizzo del Waring Blender per ottenere una maggiore velocità di preparazione dei drink. La capienza del-



la campana, progettata per contenere frutta e verdura, ha permesso la produzione di molteplici cocktail contemporaneamente, ma con scarsa attenzione al bilanciamento e alla struttura stessa del drink. Indubbiamente utile nel preparare dei welcome drink o nel servire cocktail più leggeri in un contesto molto più dinamico, veloce e frenetico come quello dell'America dopo la metà degli anni 50'.

Chiaramente la differenza è netta e la cremosità dei nuovi cocktail non è minimamente paragonabile alla morbidezza della texture del Daiquiri di Constantino. È ovvio che la cremosità del cocktail è in questo caso ottenuta grazie alla distruzione delle fibre, spesso all'aggiunta di parti grasse e proteiche e, allo stesso tempo, questo sistema ha probabilmente anche incentivato un nuovo modo di preparare i drink. Una "tecnica" che grazie alla sua notevole diffusione creò una nuova categoria alla stregua delle più antiche. I drink frozen che prendono lo stesso nome della tecnica utilizzata,



**BLENDER**  
NELLA PAGINA  
DI SINISTRA  
DONN BEACH  
IN ALTO  
WARING  
BLENDOR.

una tipologia di cocktail molto in voga fino a pochi anni fa, che a mio parere non può essere e non deve avere niente a che fare con la miscelazione. L'assenza di un link, un collegamento, al distillato, sempre a mio avviso, rende imparagonabili questi drink a qualsiasi tecnica conosciuta. Perché privi di qualsiasi attinenza, evoluzione o necessità tecnica





**WARING**  
at CHRISTMAS means year-round family fun!

**WARING DRINK MIXER**... Here's a gift for modern living... Waring's new, portable, electric mixer-serve. Suggestion: Leave the Blender in the kitchen—but take the Drink Mixer anywhere—mix and serve everything from daiquiris to double malts and everything in between—in living or dining room, patio or den. Made of high impact Durac. Fine contemporary colors to choose from. Built-in M.C.D.C. motor.

**WARING BLENDER**... The latest Waring Blender brings new ideas, new approaches to food preparation. Instantaneously produces a snack or dessert... superb dressings, sauces and desserts never before possible. The secret? Teflon mixing, blending, heating and chipping chambers are performed in seconds—with delicious results. Made Waring's gift to modern cooking year gift to the favorite people on your Christmas list.

**WARING ICE JET**... Waring's ingenious Blender attachment in the fastest, most efficient power-driven home ice crusher ever made. Instantly makes six pounds of crushed ice for cold buffets, sea foods, appetizers and cold drink creations for children and adults. Fascinating recipe book comes with Ice Jet for fun and doubles revolutionary new techniques of "cocking" with ice. An ideal gift for the Blender owner.

**WARING COFFEE MILL**... Paper coffee lovers with the Waring Coffee Mill Blender attachment. Adjustable settings allow you to choose any of seven custom grinds to please every taste. Grinds flavor-packed bean coffee exactly the way you want it. Guarantees full aroma and best-tasting coffee at every serving. When you give a Waring Coffee Mill, you give a new world of coffee pleasure.

High sensitive reaction steel blades of unique design—mix and serve drinks better—resistance more efficient than any other.

One-piece stainless steel blade assembly in built-in Patex container. Long-lived. Choke-off instantly. Lifetime lubrication—fully warranted.

In seven seconds, the Waring Ice Jet crushes four oz cups of any-size ice cubes! Plastic storage bag lets you store crushed ice in freezer indefinitely.

"Dial" any of seven custom grinds—there's never to experiment to suit all known methods of coffee brewing. Get fresh, aromatic, delicious coffee every pouring.

WARING PRODUCTS CORPORATION • 25 West 63rd Street • New York 26, N.Y. • A subsidiary of Dynamics Corporation of America  
AVAILABLE AT MACY'S • HERALD SQUARE • WHITE PLAINS • PARKCHSTER • JAMAICA • PLATTSBURGH • ROOSEVELT FIELD, L.I.  
All Waring Blenders sold accessories at Macy's traditionally for prices.

**NEW FLAVOR SENSATION!**

**HORLICKS**  
*Malt-of-the-Month*  
**"Cola Malt"**

**HORLICKS** *Only and Only*

**malted milk served with cola flavor**  
**at your soda fountain—Try it!**

Greatest hit in malted milk wherever they taste the best malted milk. Two all-time favorite soda fountain specialties served together... Horlicks malted milk and cola flavor. A pinch of a pinch. Double enjoyment. Grand refreshment. Quick nourishment. Have a Horlicks Cola Malt and have it over.



pertinente alla lavorazione di un qualsiasi distillato.

Ciò nonostante è doveroso ricordare che la tecnica blended di Costantino è sopravvissuta solo esclusivamente nella miscelazione esotica di Donn Beach e che anche al Floridita del "Rey de los Cocteleros" dopo gli anni '30 è stato adottato l'uso del Waring Blender. Per far fronte alla sempre maggiore richiesta di cocktail, Donn attrezzò i suoi locali con numerosi milkshake mixer in serie piuttosto che pochi blender. Ricordiamo che con una cup del milkshake mixer, con questa tecnica, è possibile costruire solo un drink per volta.

Ma Donn rappresenta un'eccezione, e proprio per questo è leggenda della miscelazione. Dal libro di Constantino "Cuna del Daiquiri Cocktail" si evince chiaramente, dalla descrizione dei procedimenti per costruire il drink, come la tecnica utilizzata con il milkshake mixer prima degli anni 40', produceva un Dai-



THREE  
ARTISANAL



CENTS  
BEVERAGES

# Bubbles

ASK FOR MORE



Three Cents Aegean Tonic is one of the best 'flavoured' tonic waters we've sampled, with distinctive cucumber, celery and basil flavours.

— [DIFFORDSGUIDE.COM](http://DIFFORDSGUIDE.COM) —

When the sweeteners are perfectly balanced in a grapefruit soda, such as in the Three Cents Grapefruit Soda, I love to ask for a Paloma.

— [TOMAS ESTES / TEQUILA AMBASSADOR](#) —



GHILDISELEZIONI  
.COM





Paul John  
Indian  
Single Malt  
Whisky

# A VICTORIOUS VOYAGE FOR *The Great Indian Single Malt*

Embarking on a daring whisky voyage from the Indian coast, The Great Indian Single Malt has won admirers across the world, delighting whisky lovers and winning various renowned awards and accolades.



BEVI RESPONSABILMENTE



f t i PaulJohnWhisky  
pauljohnwhisky.com





quiri completamente diverso da come Constatino lo preparava dopo l'arrivo del blender a campana, e come ancora oggi viene preparato al Floridita. Il Daiquiri di Costante è la base, la miscelazione esotica di Donn la naturale conseguenza, ma Donn aprì il suo bar e studiò i suoi drink prima dell'arrivo sul mercato del Waring Blendor, e mantenne questa caratteristica anche in seguito.

Riprodurre questa tecnica oggi non è effettivamente facile. I milkshake mixer attuali hanno potenze misurate in kilowatt, decisamente superiori ai 50/80 watt degli Hamilton Beach degli anni 20 o 30. Anche gli ormai classici blender a campana hanno una potenza estremamente elevata, adatti ormai a distruggere qualsiasi elemento solido, in particolare il ghiaccio. In conclusione, dalla storia del blender e dalla sua influenza nella miscelazione è oltremodo evidente come, oggi come secoli indietro, la capacità di percepire un distillato e l'intuizione del miglior modo di lavorarlo creò la distinzione tra un bartender e un grande bartender.

Probabilmente è un concetto molto idealista e tradizionale ma il semplice Daiquiri, descritto in questo articolo, può



**BLENDER**  
NELLA PAGINA  
DI SINISTRA  
DUE  
PUBBLICITÀ  
D'EPOCA A  
SEGUIRE  
WARING  
BLENDOR.

essere un esempio di come il resto degli ingredienti addizionati al distillato siano importanti ma, secondo il mio punto di vista, secondari al distillato stesso e alla tecnica utilizzata. Non è un caso che molti drink con pochissimi ingredienti ma in cui è esemplare questa combinazione di tecnica e bilanciamento sono considerati i "fondamentali", gli unici che si ricordano da sempre e, se vogliamo, anche i più difficili da riprodurre. Per lo stesso motivo ancora, non è un caso che Donn, il quale ha segretamente mantenuto la sua identità nel tempo, sia come già detto un riferimento, una leggenda.

**Gianni Zottola**





# MONMARTHE & AYALA

## Eleganza e prestigio delle cuvée

DI VALENTINA RIZZI

**Q**uesta volta non parleremo di purezza, di utilizzo di un singolo uvaggio, ma racconteremo di come le cuvée, nonché assemblaggi di vari uvaggi, provenienti anche da riserve, possono creare Champagne di qualità, alle volte unici nel loro genere. Dei piccoli gioielli nella vastità di bollicine che circonda la Champagne.

Partiamo con un percorso inverso, degustiamo prima i vini e poi raccontiamo la loro storia. Non abituiamoci a degusta-

re un vino seguendo una scheda tecnica, il vino è passione, amore ed emozione. Quando in campo entra l'emozione di un assaggio il gioco cambia, la bollicina che esalta la bocca al primo assaggio ti rimanda a ricordi lontani, a profumi già sentiti ma dimenticati. Il gioco della degustazione è fatto principalmente di ricordi, a volte i ricordi più belli di una serata tra amici o di una cena romantica. Per provare a convincervi voglio regalarvi una citazione d'autore, e che citazione. L'autrice è una





**CHAMPAGNE**

EDMOND DE  
AYALA, I  
VIGNETI E GLI  
EDIFICI DI  
CASA AYALA E  
BOLLINGER.

dama che di “bollicine” nobilissime, blasonate e storiche se ne intendeva, che dopo la morte del marito si occupò di mandare avanti con determinazione una storica Maison champenoise, dal 1914 sino al 1971. Parlo di Lily Bollinger che alla domanda “perché e quando bisogna bere Champagne?” rispose: «bevo Champagne quando sono felice e quando sono triste. Talvolta lo bevo quando sono sola. Quando sono in compagnia penso sia mio dovere proporlo. Se non ne ho provo a farmi

stuzzicare l’appetito bevendolo e lo bevo copiosamente quando ho fame. Altrimenti non lo tocco, salvo quando ho sete».

Ayala Brut Majeur, vi dice niente questo nome? Forse sì forse no... Chi avrebbe mai pensato che ad Ay nella rue Edmond Ayala ci fosse una bollicina sorprendente? Chiaro e dalle abbondanti bollicine fini, espressivo e delicato che riporta i ricordi ad un campo di agrumi, dalle note dolci e agrumate, circondato da profumi di fiori e frutta a polpa bianca. Equilibrato che





**AYALA**

IN ALTO LA MAISON BOLLINGER. A SEGUIRE, POSTER E DISEGNI.



combina freschezza e vinosità, dimostra di essere preciso, fruttato è dotato di una bella lunghezza finale. La Maison AYALA è una delle più antiche case di Champagne, collocata in Aÿ, il cuore della zona dei grandi vini, sin dalla sua fondazione più di 150 anni fa. Indipendente e familiare, AYALA rappresenta oggi l'archetipo della grande casa che produce vini di alto volto, apprezzati in tutto il mondo per la loro freschezza ed eleganza.

Fondatore della casa nel 1860, Edmond de Ayala proviene da una famiglia che ha sempre coltivato il gusto di andare lontano. I suoi antenati lasciavano a lui lo spirito di eccellenza e il gusto dell'avventura che lo portò a stabilirsi in Aÿ per imparare i mestieri del vino. Fin dalla sua fondazione, Champagne AYALA divenne

rapidamente un riferimento in Francia e all'estero. La giovane maison deve la sua espansione a Fernand de Ayala, fratello minore di Edmond, che si stabilì a Londra nel 1863 e introdusse il sapore unico dei vini della casa all'aristocrazia britannica, in particolare grazie all'annata del 1865, debolmente dosato per il tempo. Allo stesso tempo, Champagne AYALA è stata anche parte del circolo ristretto dei membri fondatori dell'Unione dei Grandi Marchi nel 1882 e ha partecipato alla creazione del Benevolent Trust a Londra nel 1886.

Gli anni '20 segnarono un'era d'oro per la maison. Produceva più di un milio-



# VILLA TEQUILA LOBOS

# 100%

# DE AGAVE

*Carlos Camarena*



Imported and distributed by

**PALLINI**



DISCOVER THE DIFFERENT  
SIDES OF JURA

SWEET OR SMOKY

BEVI RESPONSABILMENTE



WHICH SIDE WILL YOU CHOOSE?

DISTRIBUITO DA ONESTIGROUP S.P.A.



ne di bottiglie all'anno ed era posizionata tra le più importanti case per il tempo. Fu fornitore delle corti reali di Inghilterra e Spagna, impiegava più di cento lavoratori tra vigneto e cantina. Questo periodo si riflette anche nella ricca iconografia ispirata alla Casa, i molti poster pubblicitari e disegni di artisti in voga al momento sono i migliori testimoni. Champagne AYALA è sempre appartenuto ad una struttura familiare e indipendente. Dopo la Seconda Guerra Mondiale, la Casa godeva di un periodo di tranquillità e i suoi leader occupavano ruoli importanti all'interno dell'interprofessione di Champagne. Nel 2005 la famiglia Bollinger acquistò la proprietà e investì nella maison per adeguarla ai tempi. Il periodo di rinnovo per Champagne AYALA iniziò con una completa ristrutturazione degli strumenti di produzione e l'arrivo di nuove squadre di operai. Oggi AYALA impiega circa quindici persone e preserva lo spirito familiare delle sue origini. La maison possiede anche un'altro particolare prestigioso. Infatti AYALA gode di un raro patrimonio architettonico, luogo unico per la rigorosa espressione del suo savoir-faire. Tutte le tappe della vinificazione sono condotte in modo permanente: dalla vinificazione all'imbottigliamento, attraverso l'invecchiamento, l'agitazione, il degorgement, la confezione e l'imballaggio.

I due chilometri di cantine contengono quasi 2,5 milioni di bottiglie che lentamente invecchiano nelle volte secolari scavate sui pendii gessosi di Ay. Gli edifici, belli e maestosi, oggi non sono quelli originali. Completamente distrutta durante la rivolta dei viticoltori nel 1911, la casa fu in grado di sfruttare la polizza assicurativa per farla rinascere dalle sue stesse ceneri. Il sito produttivo e gli uffici furono ridisegnati nel 1913 dal rinomato architetto Demay



**PRODUZIONE**  
IN ALTO LA  
MAISON E LA  
CANTINA  
MONMARTHE.

e ricostruiti in quello stile Art Deco che ancora definisce la personalità di Champagne AYALA. Ayala uno Champagne unico nel suo stile basato sulle note fresche ed eleganti, il pioniere di questo stile che "all'ombra" della famosa Maison Bollinger svolge un lavoro di grande prestigio.

Ora pensiamo di fare un viaggio da Ay a Ludes, un piccolissimo paesino nella Champagne. Secret de Famille emblema della Maison Monmarthe, trasparenza e nota dorata è un matrimonio delle tre varietà di uva coltivate nella Champagne. Questo Champagne incanta con i suoi aromi di pesca bianca e biancospino seguiti da una piacevole rotondità e vivacità al primo sorso. È il connubio perfetto tra Pinot Meunier, Pinot noir e Chardonnay, invecchia nelle cantine della maison per più di



**Daniele Dalla Pola - Nu Lounge, Bologna**



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





Guy



Jean-Guy

**FONDATORI**  
A SINISTRA GUY  
E JEAN-GUY  
MONMARTHE.

2 anni, realizzazione di una fermentazione malolattica, assemblaggio di tre annate diverse. Una vera e propria sorpresa. Presente a Ludes dal 1737, la famiglia Monmarthe possedeva terreni agricoli e vigneti. Tuttavia, Sébastien e Léon Monmarthe hanno anche lavorato come trasportatori di vino. Tutto è iniziato davvero nel 1930, quando Ernest Monmarthe intraprese la sua battaglia. Prese la decisione di rafforzare il suo terroir, di trasformarsi in "Recoltant Manipulant" e di creare il proprio marchio, Champagne Ernest Monmarthe. Sotto l'impulso di Léon e di sua moglie Anne-Marie, l'azienda iniziò a crescere. Nel 1960 la produzione di Champagne raggiunge le 60.000 bottiglie. L'arrivo di Guy Monmarthe segna l'inizio di un periodo di modernizzazione e di sviluppo commerciale.

Nel 1990 Jean-Guy Monmarthe spal-

la destra del padre, inizia la creazione di nuove cuvée che aprono nuovi mercati in Europa e all'esportazione. Oggi la Maison Monmarthe è diretta da Jean-Guy Monmarthe alla sesta generazione. La maggior parte del vigneto della famiglia Monmarthe si trova nel comune di Ludes (15 ettari), villaggio classificato primo cru, nel cuore della Montagne de Reims. Il villaggio di Ludes si trova sul percorso turistico di Champagne, sulla collina dell'omonimo parco naturale. Due altri ettari si trovano sul vicino villaggio di Taissy- premier cru. Il vigneto è suddiviso in 22 terreni con il 35% in Pinot Noir,

*Tutto cominciò  
nel 1930, quando  
Monmarthe decise  
di rafforzare  
il suo terroir  
e di creare il  
proprio marchio*





35% in Chardonnay e 30% in Meunier. Tutte le viti appartengono alla famiglia Monmarthe. Sei generazioni sono riuscite a mantenere questo terroir di eccezione. In un caldo spirito familiare, una squadra di quaranta persone vendemmia le uve. La filiera di produzione è basata su efficacia e rapidità nel trasporto dell'uva alla pressa, delicatezza e precisione, pazienza nella fase più delicata, la fermentazione, per poi arrivare all'assemblaggio. Alchimia tra diverse cuvée, annate, varietà di uve e tradizione, è il risultato del savoir-faire per una creazione unica.

Un momento essenziale durante il quale l'enologo può esprimere tutto il suo talento, e la sua arte, il contorno di uno stile unico, diventa l'anima della Maison

Monmarthe. La nascita dell'effervescenza, l'agitazione ritmata nel tempo, da tre a cinque anni per i non millesimati, più di sei anni per i millesimati. Ognuno dei vini imbottigliati lavora lentamente nella cantina della famiglia.

Il sapore fiorentino è il suo profumo. La famiglia Monmarthe è un membro forte della famiglia Vignerons Independants. L'enologo si impegna ad eseguire tutte le fasi di creazione nel rispetto della Carte dei Vignerons Independants, dell'ambiente, della terra e del vino. Les Vignerons offrono di più di un mestiere, piuttosto un vero e proprio savoir- être di vino. Anche questo viaggio è giunto al termine, abbiamo visitato altre due zone della Champagne, degustato due vini unici nel loro genere. All'ombra delle grandi Maisons esistono realtà che possono stupire e sorprendere. Quelle bollicine che tanto incantano possono regalare momenti di pura unicità. Non basta solo berle, bisogna camminare tra quei vigneti tanto curati tanto amati per percepire quanta fatica ci vuole per produrre quelle bottiglie tanto ambite.

**Valentina Rizzi**

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'ISOLA DELL'ORO BIANCO

## Primo produttore di zucchero in Europa

DI DAVIDE STAFFA

**N**el 1425, molti anni prima che arrivasse ai Caraibi, la canna da zucchero fu introdotta sull'isola di Madeira importata dalla Sicilia dal Principe Henrique. Sull'isola trovò subito le condizioni climatiche ideali di crescita: terreni vulcanici molto fertili, venti oceanici e temperatura.

La produzione crebbe talmente tanto che i coltivatori locali decisero di ricorrere all'uso di moltissimi schiavi africani trasportati sull'isola per lo scopo. Questi uomini venivano utilizzati per il duro lavoro negli appezzamenti coltivati dell'isola e nei mulini di trasformazione delle canne da zucchero. La collocazione degli appezza-

menti terrieri su pendenze molto elevate rendeva le condizioni di lavoro ancora più estreme. Ancora oggi le pendenze elevate delle coltivazioni richiedono un'applicazione esclusivamente manuale, compreso il taglio della canna. In poco tempo Madeira divenne uno dei produttori e fornitore di zucchero più importanti del mondo, il primo in l'Europa. Lo zucchero divenne l'oro bianco di Madeira.

Gli sbarchi e scambi commerciali avvenivano quasi tutti sfruttando gli attracchi commerciali della città olandese di Amsterdam, già allora uno dei più importanti porti europei. Anche il porto di Madeira, situato nella cittadina di Funchal, diven-



ne presto un centro molto importante. Di-  
venne sempre più grande e importante e  
molti commercianti europei vi si stabiliro-  
no spingendosi fino alle zone di Ponta do  
Sol, Calheta e Ribeira Brava. Tutte queste  
aree divennero grandi produttrici di canna  
da zucchero. Il porto di Funchal divenne  
un centro molto attivo per il commercio  
della canna da zucchero. I commercianti  
vi si recavano per scambiare ogni genere  
di prodotto in cambio di zucchero. Un altro  
commercio molto importante fu quello con  
le Fiandre. Lo zucchero veniva ceduto in  
cambio di opere d'arte uniche. Tra queste  
il dipinto sull'altare della Cattedrale Sé e  
il suo artistico soffitto interamente in le-  
gno artisticamente lavorato, dipinti di arte  
sacra e opere ancora oggi conservati in

un museo.

Il commercio dello zucchero di canna,  
utilizzato nel vecchio continente come dol-  
cificante per le preparazioni in cucina, in  
pasticceria e come elemento decorativo  
e di ostentazione, divenne il motore trai-  
nante per l'economia di questa isola, ar-  
rivando al massimo della sua importanza  
nel XVI secolo. I problemi arrivarono però  
verso la fine del 1500 quando la produ-  
zione di canna da zucchero diminuì a cau-  
sa di una malattia che decimò le colture  
riducendole drasticamente. L'unica tipo-  
logia di Rum prodotta sull'isola, spesso  
localmente chiamato Aguardiente o Grap-  
pa, nasce esclusivamente dalla fermenta-  
zione del puro succo vergine di canna in  
tipico stile agricolo.





**DISTILLERIE**  
ALCUNE FASI  
DELLA  
LAVORAZIONE  
DELLA CANNA.



La raccolta della canna inizia nel mese di aprile e tuttavia viene prodotta anche della melassa per svariati usi. Tutte le tre micro distillerie artigianali dell'isola portoghese, situate rispettivamente nei paesi di Ribeiro Sêco a Funchal, Calheta e Porto da Cruz, sono sottoposte al rigidissimo disciplinare di produzione della PGI - Protected Geographical Indication sotto il controllo dell'ente predisposto, l'

Instituto do Vinho, do Bordado e do Artesanato da Madeira. La gradazione minima per il Rum bianco è di 37,5% gradi/vol., le parti volatili non devono superare i 225 gr. Per ettolitro, l'estratto secco deve essere almeno di 5 gr/litro per i Rum bianchi e di 20gr./li-

tro per la tipologia invecchiata. Tutti i Rum posti nei barili di legno per essere sottoposti all'invecchiamento vengono sigillati con una fusione di cera lacca timbrata

dall'ente preposto ai controlli. Questo per evitare qualsiasi manomissione da parte dei produttori, e il distillato viene mantenuto in questi contenitori per un minimo di 3 anni. La Engenho Novo da Madeira, piccola nuova distilleria, esce sul mercato con il brand William Hinton e propone anche particolari affinamenti in barili di Cognac, Porto, Sherry e Madeira. E' la più attiva tra le tre grazie all'impegno che i tre giovani soci fondatori infondono per farsi apprezzare sul mercato continentale con prodotti all'avanguardia molto curati. La Engenhos da Calheta è situata a sud-ovest dell'isola, proprio nel centro del piccolo paesino di Calheta. La produzione è davvero limitatissima e tutto il Rum e l'aguardiente prodotti vengono venduti all'interno del piccolo bar con spaccio annesso, alla fine del percorso delle visite turistiche organizzate dell'azienda.

La terza distilleria è la Companhia dos Engenhos de Norte, ubicata a Porto da Cruz nel nord dell'isola, produce i Rum 980, 970 e Branca. Rum Vieux 980, delicatamente morbido dimostra meno complessità rispetto ai fratelli 970/2007 e

*Tutti i Rum posti nei barili di legno sono sigillati con una fusione di cera lacca timbrato dall'ente dei controlli*

# 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.





**ITALIAN PREMIUM LIQUEUR**  
**On the rocks or Shake...**

*"Cinico è colui che possiede l'arte di vedere le cose come sono, non come dovrebbero essere"*

OSCAR WILDE

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

GUY DE MAUPASSANT

*"Il fatto che così pochi osino essere eccentrici indica il principale pericolo di questo tempo"*

JOHN STUART MILL

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



... Siamo lieti di proporvi un'interpretazione di **Michele Piagno** Bartender presso **King's Club** di Jesolo (VE)

**LIGHT PINK**

1 1/4 oz Gin Greedy  
 3 oz pompelmo rosa fresco  
 0.3 grammi zafferano  
 Tutti gli ingredienti compreso il ghiaccio vanno inseriti nello shaker "Perlini" si carica con N2o e si shakera. Si lascia riposare 15/20 secondi dopo di che si versa direttamente nel bicchiere di servizio. Tecnica: shake & double strain. Il drink viene chiuso dentro un sacchetto e viene inserita all'interno un aria (vaporizzata) al miele.

Enjoy!

**#cinicheinterpretazioni #eccentricheinterpretazioni  
 #greedyinterpretations #greedygin #cinicoliquore  
 #thegreedygin #cinico #eccentrico #tonkاليقور**

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



**#greedysisveste**

**ABOUT  
 TEN**

**VIA DELLE GRAMOGNE, 65  
 35127 PADOVA  
 TEL. +39 393 9901367**

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

 **Cinico & Greedy**

**BEVI RESPONSABILMENTE**



**ITALIAN TONKA LIQUEUR**  
**On the rocks or Shake...**





970 Single Cask. Nel complesso gli ultimi due hanno un carattere leggermente speziato, note dolci e terrose di canna, gradazione elevata e un equilibrio che fatica a mantenersi, ma certamente sono prodotti che esprimono una decisa territorialità. Forse è anche la più vecchia azienda del settore rimasta attiva, la fattoria dove si coltiva e si lavora la canna è operativa dal 1927. L'azienda utilizza colonne di rame.

La maggior parte dell'alcol di canna prodotto viene utilizzato dal nuovo titolare per produrre liquori e poncha alla frutta con il marchio J.Faria e Filhos. Il poncha è una tipica bevanda miscelata di Madeira. Si tratta di Rum bianco miscelato con succo di limone e miele, o melassa, che richiama istintivamente la Canchanchara cubana.

**Davide Staffa**





# NON SOLO RUM

Molte le iniziative dedicate alla Cachaca per un'edizione, la quinta, in onore del "Signore degli Spiriti"

DI GIULIA ARSELLI - FOTO DI ALBERTO BLASETTI

**Q**uattro aree espositive per degustazioni, la ShowRUM Tasting Competition, i cocktail dei migliori bartender, masterclass e seminari, ma anche la ShowRUM Cocktail Week, la presentazione della Guida ai Migliori Rum Bar d' Italia, il premio dedicato a Silvano Samaroli e il Trade Day,

sono stati i temi della quinta edizione del festival italiano del Rum ideato e diretto da Leonardo Pinto di Isla de Rum in collaborazione con SDI Group.

ShowRUM è ormai considerato uno dei più grandi eventi al mondo dedicati al Rum e alla Cachaca. ShowRUM 2017 si è tenuto nelle giornate di domenica 8



e lunedì 9 ottobre 2017 a Roma, presso gli eleganti spazi del Centro Congressi dell'A-Lifestyle Hotel & Conference Center. Moltissimi partecipanti, 50 Paesi coinvolti, 400 etichette e centinaia di litri di Rum versati sono alcuni dei numeri del successo del festival che quest'anno si è presentato ai visitatori con oltre 70 stand rendendo ShowRUM sempre più un punto di riferimento per il settore e il miglior trampolino di lancio per il mercato italiano.

Bartender, buyer di settore, market influencer, importatori e distributori, stampa specializzata e non, i blogger, hanno animato la rassegna che precedeva il trade day, la seconda giornata interamente dedicata agli operatori di settore. I dati sull'affluenza fanno registrare un incremento del 35% rispetto allo scorso anno, a testimonianza di un format che si sta posizionando e consolidando nel panorama non solo romano ma nazionale ed in-

**SHOWRUM**  
ITALIAN RUM FESTIVAL



ternazionale, con una importante affluenza da tutta Italia e dall'estero, in decisa crescita. Novità del festival, la consegna a due "promesse" del settore, Luna delle Monache, di Chieti, e Nicola Zoboli, di Modena, di un riconoscimento dedicato a Silvano Samaroli, "Signore degli Spiriti", storico imbottigliatore di Rum e Whisky, scomparso nel febbraio 2017, e membro storico della giuria della STC - ShowRUM Tasting Competition.

L'ampia area espositiva di ShowRUM era suddivisa in quattro macro-aree: Rum tradizionali, Rhum agricole, Cachaca e imbottigliatori indipendenti, che permette-





vano ai visitatori di rendere la giornata non solo un momento di degustazione di altissima qualità, ma anche di informazione e conoscenza. Alla Cachaca quest'anno erano dedicate numerose iniziative. Da uno spazio dedicato all'interno della manifestazione alle proposte in miscelazione da parte dei barman presenti, dai 6 brand presenti nello spazio espositivo alla serata interamente focalizzata sulla miscelazione della Cachaca durante la Cocktail Week che ha preceduto il festival. Questo evento nell'evento si è svolto dal 5 al 9 ottobre ha coinvolto alcuni dei migliori cocktail bar di Roma in una settimana di degustazioni di cocktail a base Rum, cinque giorni dedicati a Ron Diplomatico, Ron Abuelo, Appleton, DonQ e Cachaca.

La STC – ShowRUM Tasting Competition, è l' unica Blind Tasting Competition



italiana dedicata a Rum e Cachaca, nella quale i due distillati vengono divisi per anni di invecchiamento e per alambicchi di provenienza, oltre che per tipologia di materia prima. Inoltre è l'unica al mondo, a premiare, grazie a una giuria di esperti nazionali e internazionali solo il best in





class per ogni categoria. Tra i premi vi era quello dedicato al Best Packaging, il cui vincitore ha ricevuto un'opera realizzata dall'artista Giulia Gensini. Negli stand degli espositori si sono alternate le degustazioni guidate delle più grandi etichette presenti sul mercato italiano e

internazionale. A esaudire le domande del pubblico i master distiller, esperti, distributori e brand ambassador che hanno permesso ai visitatori più colti e non di compiere un affascinante viaggio nel variegato mondo del Rum.

Le due giornate sono state arricchite da un programma di seminari che hanno registrato il tutto esaurito in entrambe le date e per ogni classe. Con la partecipazione gratuita ai seminari a cura di etichette quali DonQ Rum, Ron Abuelo, Doorly's Rum, Avua Cachaca, Mezan Rum e Damoiseau Rhum. Molto interessante il corner dedicato ai sigari e alla tecnologia di distillazione rappresentata da Green Engineering con Eugenio Macchia. Il 9 ottobre è stata la giornata interamente dedicata agli operatori e professionisti del settore. Il trade day è stato focalizzato sulla formazione professionale, ricca





di appuntamenti e seminari con ospiti d'eccezione. La giornata si è sviluppata con seminari dedicati ed organizzati nelle due sale denominate "Mixing Rum" e "Understanding Rum".

Ian Burrell ha presentato "Contemporary Tiki"; Francesco Bonazzi ha discusso dell'"Influenza italiana nel mondo del

Rum"; Paolo Sanna ha trattato l'argomento del "Risparmio al bar" toccando anche la questione delle tecniche di conservazione. Quindi le "Tecniche di miscelazione Tiki" con Gianni Zottola, Marco Graziano ha presentato l'interessante tasting "Caribbean Ways" e Fabio Bacchi che ha focalizzato sull'abbinamento Rum & Food. Il direttore artistico del festival, Leonardo Pinto ha parlato di Brasile "La Cachaca, spirito brasiliano" prima della gran chiusura riservata a Richard Seale che ha deliziato i partecipanti con il suo seminario "Rum".

«Siamo giunti al quinto anno di una manifestazione che ha saputo crescere e farsi largo a livello mondiale, come uno degli eventi di riferimento del settore» ha detto Leonardo Pinto. «Siamo fieri, ma di certo non vogliamo accontentarci ed è



MEZCAL ARTESANAL

**BRUXO**<sup>®</sup>

ELÍXIR DE LOS TERRENALES

HECHO EN MÉXICO

“IL NOSTRO  
MEZCAL  
È UN OMAGGIO  
AI MAESTRI  
MEZCALERI  
DI TRADIZIONE  
MILLENARIA,  
CHE OGNI  
GIORNO  
CREANO  
UN ELISIR  
ARTIGIANALE”.





**BEST IN CLASS**



Traditional 100% Column 1-3	<b>Rum Whisper Antigua</b>	Traditional Pot Still & Blended >15	<b>Appleton Estate 21</b>
Traditional 100% Column 4-7	<b>DonQ Anejo</b>	Solera Ageing No Age Declared	<b>La Hechicera</b>
Traditional 100% Column 8-15	<b>Ron Veleiro Reserva Especial</b>	Solera Ageing up to 15	<b>Matusalem Gran Reserva 15</b>
Traditional 100% Column >15 (ex aequo)	<b>Havana Club Anejo 15 anos</b>	Solera Ageing >15	<b>Quorhum 23 Solera</b>
	<b>Malecon Selección Esplendida 1982</b>	Agricole Style Unaged	<b>Arcane Canecrush</b>
Traditional Pot Still & Blended No Age Declared	<b>Appleton Estate Reserve Blend</b>	Agricole Style 1-3	<b>La Mauny Signature</b>
Traditional Pot Still & Blended Unaged	<b>Wray &amp; Nephew White Overproof</b>	Agricole Style 4-7	<b>Trois Rivières VSOP</b>
Traditional Pot Still & Blended 1-3	<b>J. Wray Gold</b>	Agricole Style > 7	<b>Trois Rivières Triple Millesimè</b>
Traditional Pot Still & Blended 4-7	<b>Doorly's XO</b>	Independent Bottlers No Age Declared	<b>Plantation 20th Anniversary</b>
Traditional Pot Still & Blended 8-15	<b>Appleton Estate Rare Blend 12</b>	Independent Bottlers up to 7	<b>Banks 5</b>
		Independent Bottlers > 8	<b>Mezan Guyana 2005</b>
		Cachaça Unaged	<b>Avuà Prata Cachaça</b>
		Cachaça Aged	<b>Cachaca Magnifica Reserva Soleira</b>
		Spiced/Flavoured	<b>DonQ Oak Barrel Spiced</b>
		Best Packaging	<b>DonQ Gran Anejo</b>



**LUXARDO®**

BEVI RESPONSABILMENTE

*The craziest  
Negroni is  
White*



White Negroni

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



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





# 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



per questo che ogni anno cerchiamo di migliorarci, dando attenzione maggiore ad alcuni aspetti del festival e inserendo novità che valorizzino l'intero mercato del Rum in Italia.

Il fatto che sempre più brand decidano di esporre i propri prodotti a ShowRUM e che sempre più professionisti e appassionati affollino la location nella due giorni dell'evento, significa che stiamo percorrendo la strada giusta e questo ci infonde entusiasmo e voglia di fare sempre meglio».

L'appuntamento per ShowRUM 2018 sarà sempre a Roma il 7 e 8 ottobre.

**Giulia Arselli**

## IL PREMIO ISLA DE RUM PER I MIGLIORI RUM BAR D'ITALIA

In anteprima a ShowRUM la Guida ai migliori Rum Bar d'Italia promossa da Isla de Rum che uscirà ufficialmente a fine 2017. La guida vuole promuovere i locali italiani che rispettino tre canoni importanti:

- una proposta Rum completa, che tenga conto delle varie sfumature di questo distillato
- un servizio professionale
- un personale formato in grado di guidare i consumatori nella scelta

Nell'anteprima di quest'anno sono stati premiati 20 locali:

- THE SPIRIT** (Milano)
- BAR DEL PORTICO DI BORGO EGNATIA** (Fasano)
- FRENI E FRIZIONI** (Roma)
- QUANTO BASTA** (Lecce)
- 1930** (Milano)
- FRECCIA BAR** (Piumazzo)
- FRANKLIN '33** (Lucca)
- THE DUKE** (Maddalena)
- LES ROUGES** (Genova)
- 300MILA LOUNGE** (Lecce)
- GAMBRINUS** (Gravina di Puglia)
- ARTEMISIA CAFFE'** (Bitonto)
- KATIUSCIA PEOPLE & DRINK** (Bari)
- MONNALISA CAFFE'** (Ostuni)
- CAFFE' 19.26** (Firenze)
- NU LOUNGE BAR** (Bologna)
- RESET** (Modena)
- SKY STARS BAR** (Roma)
- ALCHIMISTA** (Castelfranco Veneto)
- ANTIQUARIO** (Napoli)





# LONDRA, VETRINA DEL BARTENDING

## Al Cocktail Village, nuove tendenze e appassionati del buon bere

DI LUCA RAPETTI

**L**ondra, riconosciuta come la capitale mondiale del cocktail è il luogo dove si concentrano alcuni dei più importanti e storici bar e hotel bar del mondo.

Ogni anno si assiste all'apertura di nuove strutture e nuovi locali che sfruttano il carattere cosmopolita che questa

città offre, tuttavia è molto impegnativo poter visitare anche solo una piccola parte di questi cocktail bar se si hanno a disposizione solo pochi giorni. Inoltre bisogna tener conto che il prezzo medio di un cocktail, se si rimane entro la zona centrale della città, si aggira intorno ai 11-12£, equivalente a circa 13€. È così







**LONDRA**  
**ALCUNE**  
**IMMAGINI**  
**DEL**  
**COCKTAIL**  
**VILLAGE.**



che otto anni fa nacque l'idea di organizzare un evento che, nel corso degli anni grazie alla sua formula vincente che attira ogni anno sia addetti al settore sia curiosi o semplici amanti del buon bere, ha dato spunto ad altri eventi simili in altre città nel mondo.

Si tratta della London Cocktail Week,





giunta quest'anno alla sua ottava edizione e che ha visto l'adesione di quasi 300 cocktail bar localizzati nei vari quartieri della capitale inglese. Dal 2 all'8 ottobre, la LCW ha dato nuovamente l'opportunità di scoprire e provare interessanti e insoliti drink preparati dai bar che avevano aderito all'evento. Acquistando online lo



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.





specifico pass al costo di 10£, e scaricando l'applicazione Drink Up ci si poteva recare presso il bar desiderato e acquistarne uno o più al vantaggioso prezzo di 6£. Questa soluzione ha due ben precisi

*Obiettivo della kermesse londinese è quello di promuovere una sempre più consapevole cultura del bere*

scopi. Il primo è uno scopo commerciale: permette di incrementare le vendite da parte dei singoli bar sino al 20% durante tutta la settimana. Il secondo, di marketing, attira verso bar sconosciuti o magari di recente apertura.

Il messaggio è rivolto all'acquisizione di una sempre più consapevole cultura del bere bene e responsabile, due punti sempre molto sentiti e promossi a livello generale nella capitale inglese. Data la portata dell'e-

vento, soprattutto in un periodo dell'anno in cui il livello di business per il settore del turismo e della ristorazione londinese tende a crescere considerevolmente, è stata riconfermata la sede dell'anno scorso, l'OldSpitalfields Market che della LCW è il quartier generale. Situato a pochi minuti a piedi dalla stazione di Liverpool Street, che costituisce uno dei punti di riferimento per il trasporto pubblico londinese, OldSpitalfields Market ha operato per oltre 350 anni come mercato cittadino, presso il quale era possibile trovare ogni genere alimentare, locale o proveniente da altri paesi. Nel 1991 il mercato venne trasferito in una zona più decentrata della città ed al momento offre una vasta area coperta dove si possono trovare ristoranti, cocktail bar, pub ed altre attività commerciali di piccola e media dimensione.

Nella settimana della LCW una parte dell'OldSpitalfields Market ha accolto



quello che ormai da alcuni anni viene denominato “*The Cocktail Village*”. Come suggerisce il nome si tratta di un vero e proprio villaggio della miscelazione. Disposto su quattro lati lo spazio ha allestito 33 stand, in rappresentanza di un singolo brand oppure del pop-up bar di alcuni dei più conosciuti bar della città e del mondo. Tra i più gettonati si possono menzionare il caratteristico e moderno bar dell’*Aqua Shard* gestito dall’italianissimo Luca Missaglia, oppure l’indimenticabile atmosfera elegante e intrigante di *Fairmont Hotels*, compagnia che gestisce il rinomatissimo Savoy di Londra e dove, proprio nei primi giorni dell’evento, era possibile incontrare Erik Lorincz. Molto interessante e assai frequentato è stato l’Havana Club 7 Black Box. Come sug-

gerito consisteva in una sorta di grande scatola chiusa per sperimentare i diversi aspetti organolettici del Rum cubano attraverso un percorso in tre tappe. Buona parte dei visitatori si è inoltre concentrata sulle diverse guest bartending che si sono alternate presso *The Patrón Cocktail Lab*, un vero e proprio palcoscenico sul quale si sono alternati 7 differenti bar provenienti da altrettante città nel mondo, ognuno capeggiato dal proprio iconico bartender.

Tra questi Nico de Soto del Mace di New York, Shingo Gokan dello Speak Low di Shanghai e Nikos Bakoulis del The Clumsies di Atene che hanno presentato le loro proposte innovative utilizzando il Tequila. L’impressione generale che il Cocktail Village ha trasmesso in





questa edizione è che fossero presenti probabilmente meno stand degli anni precedenti ma più elaborati ed attraenti. Anche questo aspetto ha probabilmente attirato un folto pubblico di non addetti al settore, appassionati del buon bere che per alcuni giorni hanno trovato un'interessante alternativa come luogo d'incontro dopo lavoro. Non a caso l'ingresso al Cocktail Village era suddiviso

in due turni: il primo, totalmente gratuito, da mezzogiorno alle 16.30 ed il secondo dalle 17,00 sino alle 21.30, il cui accesso era consentito solo previo acquisto del ticket e che ha registrato un notevole numero di visitatori tra le 18,00 e le 20,00. Se negli anni precedenti si era registrata la presenza di alcuni marchi italiani, quest'anno si sono potuti notare solamente Martini&Rossi e Peroni.



CHOOSING MASS-PRODUCED OVER FAMILY-CRAFTED.  
QUESTIONABLE.



**DON Q**  
**UNQUESTIONABLE**<sup>®</sup>  
EXCEPTIONAL AGED PUERTO RICAN RUM



CRAFTED TO BE ENJOYED RESPONSIBLY DONQ.COM  
PRODUCED BY DESTILERIA SERRALLES, INC., PONCE, PR. RUM 40%, 45% ALC/VOL.





Il primo ha ricreato l'atmosfera del tradizionale "caffè all'italiana", ovvero un luogo d'incontro dove si potevano degustare alcune prelibatezze food che accompagnavano il classico Negroni. Decorata con limoni, arance e chinotti, ed allestita secondo lo stile di una tipica terrazza amalfitana, House of Peroni proponeva una selezione di cocktail preparati utilizzando il nuovo prodotto Peroni Ambra.

Ma i tradizionalisti amanti della birra italiana, che in Inghilterra ricopre un ruolo importante nel mercato di settore, potevano richiedere anche una classica Nastro Azzurro. Anche qui si sono alternati dietro il banco alcuni bartender ita-

liani operanti all'estero come Mario La Pietra e Grazia di Franco. La presenza di molti bartender e personaggi influenti della bar industry è stata anche motivata dall'evento più atteso dell'anno e che ogni anno si svolge proprio durante la LCW. La cerimonia dei World's 50 Best Bars quest'anno ha premiato l'American Bar del Savoy di Londra. Il Jerry Thomas Speakeasy di Roma ha portato a casa un ottimo 33° posto, ma è doveroso ricordare come in buona parte dei team





dei bar finalisti ci fosse comunque un po' d'Italia. Perfetto esempio lo si è avuto col Connaught Bar del Connaught Hotel di Londra, dove Agostino Perrone da anni dirige un team prevalentemente italiano.

In generale la London Cocktail Week è un'esperienza che permette non solo di visitare molteplici cocktail bar e provare le loro creazioni, ma è anche un'importante occasione di formazione e divertimento. Sono stati organizzati svariate masterclass e workshop in diversi locali

della città, vi si poteva accedere gratuitamente e si svolgevano prevalentemente nel pomeriggio. Le serate a tema e i bar con guest bartending offrivano una vasta scelta per chi voleva trascorrere una piacevole serata, magari assaggiando creazioni firmate da bartender provenienti dall'altro capo del mondo.

È sicuramente con questo spirito di condivisione, piacere di incontrare nuove persone e trovare nuove ispirazioni per il proprio lavoro che la London Cocktail Week prosegue ormai da anni e garantisce un risultato più che soddisfacente. E sicuramente un evento a cui partecipare almeno una volta.

**Luca Rapetti**





# FINEST CALL PREMIUM COCKTAIL MIXES

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL



THE  
**ORIGINAL**  
STORE AND POUR PACKAGE

American Beverage Marketers Delivering the Ultimate Cocktail Experience

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

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

# BERLINO: SPERIMENTAZIONE E INNOVAZIONE

## La birra nella new mixology Cresce il made in Italy

DI **CLAUDIO FURIO** HA COLLABORATO *JONATHAN FERRI*

**G**li organizzatori sono ferrei sul concept del Bar Convent Berlin: «è un evento per professionisti del mondo del bar, vogliamo mantenere la nostra identità a ogni costo».

Racconta a BarTales Mr. Helmut Adam, fondatore del BCB: «sono rimasto sorpreso dalle richieste di ingressi di quest'anno, sia da espositori che da visitatori. I biglietti e gli spazi per gli stand sono esauriti in largo anticipo e purtroppo molti non sono potuti entrare. Nonostante anche quest'anno sia stato ampliato lo spazio a disposizione con nuove gigantesche hall, la capienza massima della location, dettata da norme sulla sicurezza, è stata superata. Così abbiamo messo a disposizione anche l'opzione della diretta streaming delle masterclass, direttamente dal canale youtube BCB. Non lo avrei mai immaginato, ma questo è stato sicuramente l'anno più duro di sempre,







**BERLINO**  
NELLA FOTO  
SOPRA A  
SINISTRA  
ROBERTO BAVA  
DI COCCHI, A  
DESTRA  
MATTEO  
LUXARDO  
A SEGUIRE  
GUIDO ZARRI E  
ENRICO  
GONZATO, ELIS  
CARRIERO PER  
CASONI, GIULIO  
TABALETTI PER  
VARNELLI,  
FRANCESCA  
BAVA, HELMUT  
ADAM.

anche più degli inizi, non ricordo infatti di aver mai dedicato così tanto lavoro al BCB come negli ultimi 3 mesi».

Questa volta è stata ampliata la sezione riguardante le birre artigianali, con espositori e masterclass da tutta Europa. Per il pubblico di mixologist del BCB, la birra ha scatenato molte idee anche nell'uso miscelato. La parte vino invece è stata selezionata accuratamente in quanto, come ribadito più volte dal fondatore, il focus è 100% direzionato sul bar inteso come mixology, tuttavia

Helmut confessa a BarTales: «mi piacerebbe avere più partecipazioni riguardo le categorie più usate in miscelazione: sparkling wine, fortified wine e Sake».

Rimane sempre altissimo il livello di qualità e ospitalità al BCB. Grande presenza italiana anche quest'anno, con 170 compagnie, numero che consegna al belpaese la medaglia d'oro di presenza sul campo. Un'altra dimostrazione di crescita del made in Italy, trainato da aziende storiche e da nuove generazioni che portano in auge vecchie ricette o



prodotti totalmente innovativi. Gli stand erano presidiati da nomi importanti della industry. Roberta Mariani per Martini & Rossi, racconta a BarTales le sue impressioni dal dopo-fiera: «è notevole l'interesse e la crescita che hanno gli sparkling wine, i quali attirano sempre più il mercato estero anche per un uso miscelato». Fulvio Piccinino, di saperebere.com: «Si confermano come i prodotti più in voga Vermut, amari e aperitivi italiani».

A confermare di ciò, molto frequentato "Caffè Torino" sponsorizzato da Martini & Rossi. Per la presentazione del Bitter e la riconferma di Martini Rubino è stata costruita su misura una fontana a 4 uscite, al centro dello stand, ispirata alle famose "turet" piemontesi. Solo nel primo giorno sono sgorgati dalle teste di toro che adornavano la fontana oltre 60 litri di Negroni. Anche casa Carpano, ormai presente al BCB da 7 anni, ha

proposto un aperitivo all'italiana con un buon Vermut e prosciutto crudo affettato al momento, accompagnato da grissini e carciofi sott'olio. Dallo stand Carpano il responso è inequivocabile: «stiamo riscontrando un successo senza precedenti in Germania, dove i consumi di Vermut Carpano sono quasi raddoppiati negli ultimi due anni. Prodotto di punta Antica Formula, che fa impazzire i tedeschi».

Tante novità in serbo anche per la prossima edizione. Per il prossimo anno l'evento si prolungherà di un giorno, le giornate del BCB saranno tre, dall'8 all'11 ottobre. Nel 2018 il BCB darà vita anche a una edizione americana trasfe-



BEVI RESPONSABILMENTE



Una combinazione di rum dai 12 ai 21 anni invecchiati con metodo solera in barrique di rovere bianco americano.

Imbottigliato e invecchiato ai tropici nel favoloso microclima di Barranquilla, ideale per la sua maturazione.

**SCOPRI LA BELLEZZA SEDUCENTE E LA MAGIA CARAIBICA DELLA COLOMBIA.**



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

**LA HECHICERA**

RON EXTRA AÑEJO DE SOLERA

[WWW.LAHECHICERA.CO](http://WWW.LAHECHICERA.CO)

LA HECHICERA





rendosi a New York. Più precisamente a Brooklyn, meta geograficamente strategica, per facilitare gli operatori provenienti dalle capitali americane del bartending, Manhattan e New York. Il Bar Convent Brooklyn si terrà il 12 e 13 Giugno e per la prima edizione sono già stati venduti il 70% dei biglietti con 10 mesi di anticipo. Probabilmente si aprirà anche una succursale dell'evento a Berlino, la ricerca della seconda location è ancora "work in progress", così da poter dare spazio alle richieste in costante crescita. Non sono mancate anche iniziative che esulano dal puro product knowledge, come il "Gastronomie Gegen Rassismus", movimento contro il razzismo nato in Germania.

Ci racconta Samantha Leone di J.Gasco: «Siamo felici dell'andamento del mercato tedesco e di questo BCB, presto ci saranno novità nella nostra gamma, sempre più direzionata al naturale, sia negli ingredienti che nei livelli di zuccheri».



**BERLINO**  
IN ALTO LA  
FONTANA DI  
NEGRONI.

Altro prodotto presentato per la prima volta è Italicus che in poco tempo dalla sua uscita sul mercato ha già conquistato 15 paesi, e altri 15 sono in attesa per la scelta del distributore.

Grande folla per i classici amari italiani come Amaro del Capo, con le limited release per commemorare i 100 anni di produzione. Si tratta dello stesso corpo di botaniche, ma questa volta lasciate in macerazione in un brandy di 40 anni, con una rifinitura finale di 6 mesi in botti di legno di rovere. Ci siamo fermati





a fare due chiacchiere anche con Francesca Bava di casa Cocchi. Lei racconta la sua soddisfazione del divulgare il Vermut di Torino nel mondo, specie in eventi come questo, in quanto: «Lavorare con i bartender apre nuovi orizzonti».

*Il made in Italy non si limita solo a liquori, Vermut o aperitivi. Prendono piede anche gli spirit. Come quelli di Guido Zarri*

Infatti ci confermano la loro presenza anche al bar show di Atene. Apprezzato sempre più in ogni dove la produzione della linea Cocchi è a pieno ritmo, ma Francesca ci tiene a precisare «si ci stiamo allargando sempre più ma vogliamo rimanere un prodotto

di nicchia».

Il made in Italy non si ferma solo a liquori, Vermut o aperitivi, ma anche gli

spirit prendono piede, come ad esempio Villa Zarri, che ci lasciano incantati con la loro arte e tradizione. Guido Zarri ci racconta i suoi prodotti con una passione unica. Colpisce nel segno con il suo Brandy di 14 anni, (millesimato 2002) finito in botti di Marsala Florio, che regalano una morbidezza e rotondità. Estremamente bilanciato con una gradazione alcolica di 49% che mai ti aspetteresti, questo prodotto è molto apprezzato dalla clientela tedesca e non solo. Roner invece è sempre in vena di sperimentazione. Quest'anno ha proposto il suo Vermut dry prodotto da uve aromatiche di Gewurztraminer e il rosso con uve Schiava, entrambe varietà tipiche della zona di Termeno (BZ). Anche le botaniche non sono da meno per creare un Vermut nuovo e a km 0. Per Roner anche un nuovo prodotto mai provato prima, il Rum Z74. Si tratta di un Rum di melassa, un gusto



freschissimo che ricorda quasi un “agrico-  
 cole” distillato dai loro alambicchi che  
 lavorano a bagnomaria. Il bianco viene  
 tagliato a 52° e lo scuro 40° invecchia-  
 to per 3 anni in botti ex "Caldiff" (Apple  
 Brandy di casa Roner).

Tosolini lancia a tiratura limitata il Gin  
 Tosolini, con solo 1000 bottiglie destina-  
 te al mercato estero, design affascinan-  
 te della bottiglia di colore blu, simbolo  
 di orgoglio friulano. La ricetta parte da  
 alcool d'uva, per poi essere combinata  
 con 7 botaniche totalmente friulane, tra  
 cui uva moscato, che regala una partico-  
 lare eleganza al distillato, rendendolo  
 un Gin “da sorseggio”. La particolarità  
 di questo spirito è che riesce a essere  
 un Gin secco, ma con profumi morbidi,  
 un prodotto estremamente bilanciato.  
 D'altronde come ci rivela Lisa Tosolini :  
 «47 anni di distillazione non si racconta-  
 no in un giorno, ma si possono scoprire



in un bicchiere». Oltre al suo classico  
 Gin prodotto da botaniche locali, quest'  
 anno Tosolini ha presentato una nuova  
 versione affinata 6 mesi in botti di cilie-  
 gio, che va a armonizzare e riprendere il  
 sapore della botanica principale, la cilie-  
 gia biologica. Il Jerry Tomas quest'anno





ha portato ben 4 novità. Un aperitivo con le note fresche ai fiori di sambuco ma dal corpo pieno dato dalla sua anima citrus di arancia e mandarino. Il Bitter del Professore, uscito da appena 2 mesi, è un bitter di colorazione rossa data da cocciniglia ed erbe. Prodotto in maniera totalmente naturale ha una base di genziana e erbe medicinali, con una una

nota agrumata che armonizza il tutto. Al portfolio si aggiunge il Crocodile Gin, in stile Old Tom. La particolarità del Crocodile Old Tom Gin non è la mera aggiunta di zucchero alla mistura. In questo caso viene edulcorato estraendo oleo saccharum di arancia dolce, e speziatura di pimento e vaniglia. L'ultima novità è il Vermut dry creato in collaborazione con Marian Beke. Un Vermut completamente fuori dagli schemi, creato sostituendo le classiche botaniche con le spezie generalmente utilizzate per la conserva dei pickle, con un gusto estremamente particolare e senza note acetate.

Molto frequentati gli stand di Luxardo, Varnelli, Nardini, Casoni e Pallini con le loro classiche produzioni e interessanti novità. Luxardo ha presentato il suo nuovissimo Sour Cherry Gin e Casoni i suoi Vermut Tomaso Agnini all'aceto balsamico e al mallo di noci.

**Claudio Furio**



# ALPESTRE

Sinfonia di 34 erbe.



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

**alpestre.it**

Distribuito da: OnestiGroup S.p.A.



# TESORO DI CALABRIA

## Pregi e virtù del bergamotto, asso vincente in miscelazione

DI GIOVANNI CECCARELLI

I bergamotto, *Citrus x bergamia*, è una pianta sempreverde, appartenente al genere *Citrus* e alla famiglia delle *Rutaceae*. È probabilmente (ma non è sicuro) un ibrido tra *Citrus aurantium* (arancio) e *Citrus aurantifolia* (lime). Può raggiungere i 12 metri tuttavia, quando coltivato, viene mantenuto ad una altezza di 4-5 metri. Il fusto è eretto e cilindrico, di colore grigio scuro, le foglie sono di colore verde scuro, fortemente aromatiche. La pianta viene propagata per innesto su un portainnesto di arancio amaro. I fiori sono bianchi ed il periodo di fioritura è aprile-maggio, mentre la raccolta dei frutti va da novembre a marzo. Il frutto, anch'esso chiamato bergamotto, è un agrume sferico leggermente schiacciato, di dimensioni simili a quelle di un'arancia. La polpa è verdastra, ricca di succo, dal gusto acido e vagamente amarognolo. La buccia ha uno spessore variabile tra i 3 ed i 6 mm, verde quando il frutto è acerbo, gialla quando il frutto è maturo.

Il maggiore produttore al mondo per quantità e qualità è l'Italia anche se la produzione è limitata ad una zona in provincia di Reggio Calabria, sulla costa ionica, che si estende da Gioiosa Ionica



a Villa San Giovanni. Come questa pianta sia arrivata in Calabria non è chiaro, tuttavia le prime fonti affermano che il bergamotto fosse già coltivato in questa regione intorno al 1750.

Negli anni '80 del 1900 gli ettari destinati alla sua coltivazione nella provincia di Reggio Calabria, erano circa 3800 e vi lavoravano circa 2700 contadini, mentre nel 2010 gli ettari coltivati erano 1000 e vi lavoravano circa 600



contadini. Oggigiorno, dopo un lungo periodo di crisi, sembra che l'interesse per il bergamotto calabrese stia aumentando, non solo per quanto riguarda il quantitativo prodotto, ma soprattutto per il valore di mercato dei prodotti derivati. A livello mondiale, le sole altre nazioni rilevanti nella produzione sono la Costa d'Avorio, la Cina ed il Brasile.

Le cultivar, ovvero le varietà coltivate sono tre: *castagnaro*, *femminello* e *fantastico* (detto anche inserto, ibrido tra castagnaro e femminello). Il bergamotto *fantastico* è attualmente il più coltivato e apprezzato. A livello industriale questo frutto è sempre stato utilizzato per estrarne degli oli essenziali, molto importanti nell'industria cosmetica e dei profumi. Invece, negli ultimi anni, è maggiormente apprezzato in gastronomia ed in miscelazione, dove le scorze ed il succo sono utilizzati nei drink e nella produzione di liquori. I liquori al bergamotto più famosi sono quelli prodotti da Calabria, Quaglia e Briottet, nonostante esistano altre piccole produzioni locali.

Negli ultimi mesi sono anche disponi-

bili delle tinture o delle essenze utilizzabili come "cocktail finish", da spruzzare su un drink come fosse un twist di limone. Il frutto fresco, acquistabile da metà ottobre a marzo, può essere utilizzato in diversi modi. Innanzitutto la scorza è ottima per realizzare un twist diverso e originale su drink che richiedono questo tipo di ingrediente. Provate a fare un twist di bergamotto su un Americano, un Negroni, un Gin Tonic oppure un Sour, vi renderete conto che il drink cambia completamente. A volte basta un piccolo dettaglio per stupire un cliente senza dover ricorrere ad ingredienti strani o lavorazioni assurde. Ottimo e versatile è anche l'oleo saccharum, ovvero quel preparato solido o liquido che si ottiene facendo macerare le scorze di un agrume con lo zucchero. Con un pelapatate rimuovete la scorza, asportate con un coltello la parte bianca e lasciatela a contatto con lo zucchero bianco per qualche ora. Una volta aromatizzato lo zucchero (io sconsiglio l'oleo saccharum liquido), potete utilizzarlo in sostituzione allo zucchero bianco in un Daiquiri o in





## CITRUS

IL  
BERGAMOTTO  
E DUE LIQUORI  
A BASE DI  
BERGAMOTTO:  
IL CALABRO  
E IL QUAGLIA.

qualunque altro drink richieda questo ingrediente.

Se si aggiunge una parte acida all'olio saccharum si ottiene uno shrub al bergamotto. Per valorizzare l'aroma delle scorze potete utilizzare una miscela di acidi oppure, se volete un sapore più complesso, potete utilizzare direttamente il suo succo. Un Gimlet preparato con uno shrub di bergamotto è un drink incredibile. In commercio è possibile reperire anche le scorze essiccate, molto utili per creare liquori o altre infusioni alcoliche quando il frutto fresco non è disponibile o per mantenere un sapore standard durante tutto l'anno. Più difficile, ma non impossibile, è realizzare uno shrub a partire da un prodotto essiccato.

## LA RICETTA

### TAZZ di Mirco Camilletti GREEN BAR- FANO (PU)

#### INGREDIENTI

- 5cl London dry gin infuso alle foglie di eucalipto\*
- 3cl shrub al bergamotto soda a completare

Tecnica: shaker. Glass: tumbler alto. Garnish: scorza di bergamotto

\*Per il gin all'eucalipto occorrono 4gr/litro di foglie di eucalipto essiccate e lasciate in infusione per 48 h a temperatura ambiente. Agitare la miscela regolarmente.

Un altro prodotto interessante è l'Earl grey, tè aromatizzato con l'olio di bergamotto. Facilmente estraibile in infusione, può essere utilizzato per realizzare spume, sode, sciroppi o liquori. Per quanto riguarda la conservazione di questo frutto, poche, e non specifiche per il frutto destinato al consumo alimentare, sono le informazioni disponibili. Sicuramente è bene spremere il succo al momento oppure, se spremuto in anticipo, conservarlo in bottiglie di vetro scuro, cercando di aspirare via l'aria in eccesso con un wine saver. Sembra che la temperatura ottimale di conservazione sia di 15°C, ma è un dato ricavato dal trattamento post-raccolta di bergamotti destinati all'industria degli olii essenziali.

**Giovanni Ceccarelli**

# DURO.PURO. BLOCCO

GHIACCIO ALIMENTARE CONFEZIONATO



**DIVENTA NOSTRO PARTNER**

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

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





# CINQUE STELLE CON LODE

Umberto Passarelli  
vince la seconda  
edizione di “110 e  
Lode”, il format di  
Danilo Bellucci

DI GIULIA ARSELLI - FOTO DI MARCELLO MARENGO

**P**ollenzo è un piccolo borgo piemontese in provincia di Cuneo, tra Alba e Bra, due territori unici come le Langhe e il Roero, patrimonio mondiale dell'umanità UNESCO. In questo borgo sorge l'hotel Agenzia di Pollenzo.

Nel 1762 Pollenzo entrò a far parte dell'amministrazione sabauda. Il borgo che sorgeva sull'area dell'antica città romana Pollentia risalente al II sec. a.C. fu oggetto di ristrutturazione a partire dal 1832 per volontà di Carlo Alberto che volle farne una tenuta reale di casa Savoia. Già al tempo la struttura dell'attuale edificio era chiamata Agenzia di Pollenzo. Sul finire degli anni '90 del secolo scorso Slow Food diede vita a un progetto di recupero del grande complesso dell'Agenzia in cui oggi si



trovano l'Università degli Studi di Scienze Gastronomiche, la Banca del Vino, l'Albergo dell'Agenzia con l'annesso Ristorante Garden. Oggi l'intero complesso carloalbertino di Pollenzo è un sito iscritto al Patrimonio Mondiale Unesco "Residenze Sabaude".

È in questo magnifico edificio che si è svolta il 2 ottobre scorso la seconda edizione del cocktail contest "110 e Lode". L'evento, ideato e organizzato da Danilo Bellucci, segue la brillante prima edizione che si tenne nel 2016 a Firenze presso le Officine di Santa Maria Novella. Classe, professionalità ed eccellenza nel servizio, sono le caratteristiche dei barman dei grandi hotel, da sempre protagonisti della storia della mixability.

Proprio in onore di questa figura fondamentale del mondo dell'ospitalità,



Danilo Bellucci, creatore di eventi ed esperto del settore bar e ristorazione, ha ideato la manifestazione "110 e Lode". Ventisette sono stati i bartender partecipanti che si sono sfidati a colpi di shaker sotto il vigilante occhio di tre giurati d'eccezione: il giornalista Giovanni Angelucci, il bar manager dell'Hotel The Westin Europa e Regina di Venezia, Giorgio Fadda, e l'esperto di marketing agroalimentare Maurizio Di Dio.

Il vincitore è risultato Umberto Pasarelli, barman dell'Hotel Me Milan Il



Duca di Milano, che ha preceduto Vogli Blendi del Lenkerhof Gourmet Spa Resort di Lenk an Simmental (Svizzera) e Erica Guatto del Castello del Pozzo di Oleggio Castello (No). Gli sponsor di settore dell' evento sono stati tantissimi e

#### COMPETITION

SOPRA, IL BANCO DI GARA (PH MARCELLO MARENGO). IN BASSO, L'AGENZIA DI POLLENZO.





**PREMIATI**

IN ALTO IL VINCITORE UMBERTO PASSARELLI. NELLE FOTO A DESTRA, IL SECONDO CLASSIFICATO BLENDI VOGLI E LA TERZA CLASSIFICATA ERICA GUATTO.





nell'occasione alcuni brand della spirit industry hanno svolto degli educational su alcuni loro prodotti. In particolare Bacardi Martini ha presentato il nuovo Bitter di Casa Martini & Rossi attraverso le parole dei loro brand specialist Manuel Greco e Mauro Lotti, iconica figura del bartending italiano.

Il bar di hotel ha subito grandi trasformazioni, ma continua ad essere permeato da un'atmosfera nella quale classe, stile ed eleganza sono la cornice imprescindibile di momenti che Mauro Lotti da sempre definisce "ricreazione

per adulti". Sono luoghi nei quali il bartender si è pregiato di un romanticismo che oggi assume aspetti quasi surreali, lontano dalla spettacolarità di oggi che tutto confonde e appiattisce.

La figura dell'hotel bartender appare ingiustificatamente sottovalutata perché votata a una testimonianza discreta ed elegante. È questa figura che Danilo Bellucci vuole illuminare rimettendola al centro del palcoscenico. A supervisionare l'aspetto organizzativo e la dinamica dell'evento Michele di Carlo, da sempre al fianco di Danilo Bellucci, con la par-

**GIURIA**  
 IN ALTO, DA SINISTRA, GIORGIO FADDA, GIOVANNI ANGELOCCI, MAURIZIO DI DIO, DANILLO BELLUCCI, ANDREA CASTA. QUI SOPRA, DA SINISTRA, GIOVANNI ANGELOCCI, MAURIZIO DI DIO E GIORGIO FADDA.





#### 110 E LODE

RAPPRESENTANTI  
DELLE AZIENDE  
SOSTENITRICI E  
GLI  
ORGANIZZATORI  
CON IL  
VINCITORE.

tecipazione di Andrea Casta in veste di presentatore. Per capire cosa si nasconde dietro un bartender d'hotel 5 stelle basta leggere il commento di Giorgio

Fadda, o andare in uno dei loro bar. E, magari, partecipare alla terza edizione di "110 e Lode".

**Giulia Arselli**

## LA CLASSE DEL PROFESSIONISMO

Il mondo dei concorsi per cocktail è sempre più in movimento. Spesso cambia la musica ma i suonatori sono sempre gli stessi seppur abbigliati in maniera differente. Fino a qualche anno fa, organizzare concorsi di questo tipo era prerogativa unica delle associazioni di categoria mentre oggi quasi tutte le aziende organizzano il loro piccolo o grande concorso. Lo scopo è porre in evidenza di volta in volta un dato prodotto. I concorrenti, un tempo tutti rigorosamente in giacca bianca, erano attenti a non subire penalizzazioni a seguito di uno scorretto uso dello shaker o semplicemente per aver lasciato disordine o sporco sul piano di lavoro. Oggi, si sono trasformati, lasciando spazio alla nuova generazione di bartender hipster, il cui unico tratto distintivo è dato da barba e baffi, vestire in modo originale indossando occhiali colorati acconciandosi i capelli nei modi più stravaganti. Concorsi il cui obiettivo finale è sempre e solo uno: stupire. Stupire con effetti speciali tramite riciclaggio di tecniche ormai abusate che spaziano dall'affumicamento usando metodi reinventati o creati con moderne tecnologie, all'utilizzo di campane tibetane per creare drink abbinati a side sempre meno probabili e che spesso fanno accapponare la pelle. Poi c'è lui, Danilo Bellucci, che con la sua opera instancabile, ormai da più di un ventennio, organizza concorsi, che sono il vero spartiacque tra chi opera nel settore bar e il barman professionista. Concorsi il cui obiettivo è premiare ed invitare a coltivare il valore dell'eleganza, del buon gusto, dello stile e della raffinatezza che inevitabilmente donano attrattiva alla persona che opera dietro un bar. La vera differenza tra chi fa e chi è barman. Il barman 5 stelle è caratterizzato da una cultura intesa come sistema di idee e di valori che caratterizzano il modo in cui individui appartenenti ad una collettività danno significato e senso al proprio "essere 5 stelle" e danno forma al modo di leggere e di affrontare gli eventi e le situazioni.

**Giorgio Fadda**



Un evento di Spirit of Scotland  
Rome Whisky Festival

DOMENICA 3  
DICEMBRE 2017  
15:00 - 24:00

con la partecipazione straordinaria di

**LAPHROAIG®**

ISLAY SINGLE MALT  
SCOTCH WHISKY

TASTINGS · COCKTAILS  
FOOD · SHOP

Per noi Whisky è passione. Per molti, in Italia, Whisky è un tuffo nella torba! Ma siete davvero sicuri di aver sperimentato tutte le espressioni possibili offerte dagli whisky torbati? Uno, nessuno e centomila, diceva Pirandello. E allora lo diciamo anche noi, con un gioco di parole azzardato: se non ne avete bevuti centomila, non siete nessuno! Siete pronti a mettervi alla prova? Lo staff di Spirit of Scotland - Rome Whisky Festival ha in serbo una sorpresa per voi: A Tutta Torba! Una giornata intera dedicata ai whisky torbati, centinaia di etichette, bottiglie fuori dal comune, torba a più non posso, per tutti i palati!

**CHORUS**

Via della Conciliazione 4 . roma

[www.spiritofscotland.it](http://www.spiritofscotland.it) - [info@spiritofscotland.it](mailto:info@spiritofscotland.it)

INGRESSO GRATUITO PREVIA REGISTRAZIONE ONLINE



W&C  
WHISKY & CO.

BarTales

TRAPIZZINO®

tiuktravel  
VIAGGI E TOURS



# 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





**COMPETITION**  
I TRE VINCITORI  
CON  
ORGANIZZATORI  
E ALCUNI  
SPONSOR.

## LE RICETTE DEI VINCITORI

**1° CLASSIFICATO**  
**UMBERTO PASSARELLI**  
Hotel Me Milan Il Duca  
Milano  
"Essenza d'Estate"

### INGREDIENTI

- 5 cl di Vodka Grey Goose
- 1,5 cl di Grand Marnier
- 1,5 cl di Belsazar Vermouth dry
- 3 cl di spremuta di pompelmo
- 1 cl di sciroppo di zucchero Monin

albume d'uovo, vaporizzazione  
d'origano ed Essentia Velier  
Tecnica: shaker. Glass: tumbler.  
Garnish: timo fresco e Caviar  
Calvisius

**2° CLASSIFICATO**  
**VOGLI BLENDI**  
Lenkerhof Gourmet Spa  
Resort – Lenk am Simmental  
Svizzera  
"As Time Goes By (to Gerry)"

### INGREDIENTI

- 2,0 cl Prime Uve Cru di Moscato  
giallo
- 2,0 cl Martini bianco
- 1,5 cl St-Germain
- 1,5 cl spremuta di lime
- 3,0 cl Uva di moscato pestata

Tecnica: middled/shaker. Glass: old  
fashioned. Garnish: acini d'uva,  
rosmarino

**3° CLASSIFICATO**  
**ERICA GUATTO**  
Castello Dal Pozzo  
Oleggio Castello (NO)  
"Wonderland"

### INGREDIENTI

- 0,5 cl Liquore Strega
- 1,0 cl Marie Brizard Crema Cacao  
bianca
- 3,0 cl Taylor's Porto Ruby Red
- 1,0 cl Matusalem Ron 10 años

Tecnica: stir. Glass: coppetta.  
Garnish: cioccolato scuro, menta,  
marzapane



# SEGRETI DEL SOL LEVANTE

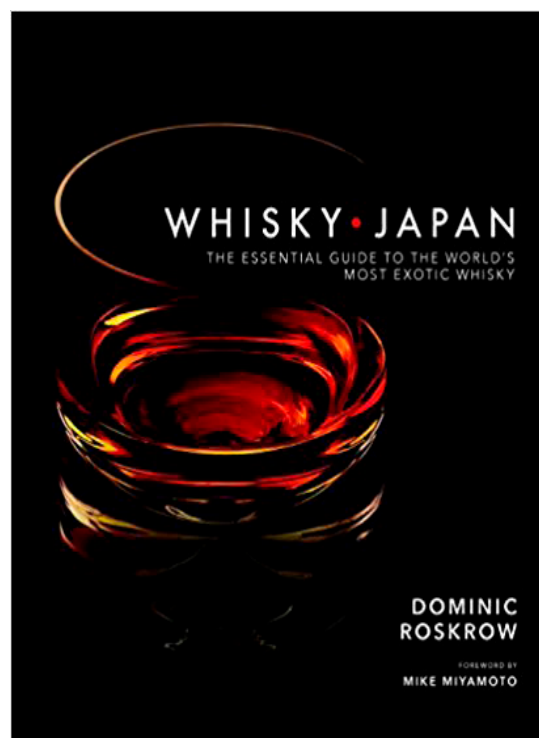
## WHISKY JAPAN: THE ESSENTIAL GUIDE TO THE MOST EXOTIC WHISKY

DOMINIC ROSKROW – ED. KODANSHA  
EURO 25,04 – PAG. 288

**N**onostante il suo successo, per molti Whisky lover il Whisky giapponese rimane ancora uno spirit piuttosto sconosciuto. Il sapere si ferma ai grandi brand Suntory, Haku-shu, Yamazaki e Nikka, oltre questi anche i più esperti poco o niente sanno del Japan Whisky.

L'argomento che in questo momento fa parlare molto dei Whisky giapponesi, anche i meno esperti, è il prezzo alla vendita che è in costante crescita. Questo particolare ha acceso una speciale curiosità su quel mondo lontano. L'antidoto a una sorta di isteria sul genere potrebbe essere Whisky Japan, prezioso lavoro redatto da Dominic Roskrow.

Il libro inizia con la storia della distillazione di Whisky in Giappone, contestualizzandola alla difficile situazione socio-politica del paese agli inizi del ventesimo secolo. Leggendo di quel periodo si fatica a immaginare il rilevante ruolo che il Whisky giapponese avrebbe avuto, piuttosto lascia pensare che il Whisky in Giappone non sarebbe mai nato. Quindi esamina i profili dei grandi player di mercato, ma approfondisce anche su piccoli brand me-



no noti, ma forti di eccezionali release che li rendono molto aggressivi sul mercato, come Karuizawa e Hanyu. I profili sensoriali dei brand testati sono meticolosamente riportati e le meravigliose foto di Kodanasha Press che illustrano le suggestive località di produzione corredano l'opera.

Non manca un'estesa lista dei più noti bar al mondo che dispongono di una ricca selezione di Whisky giapponesi. Ma la parte più interessante del libro è la ricca serie di interviste con master blender, distillatori, bartender e altre figure della industry. Segreti, emozioni, aneddoti e storie dietro l'affascinante mondo del Whisky giapponese vengono rivelati per la prima volta dai diretti protagonisti, i dettagli operativi descritti lasciano spazio a una immaginazione che farebbe innamorare anche il meno esperto consumatore. Whisky Japan è un testo meraviglioso. Imperdibile.

**Alessandro Palanca**

# THE SOUL OF AFRICA

*Distilled in the heart of England*



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

*The Essence of Discovery*

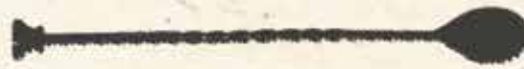


MARIA LOCA & SWEET SPOT

Nov 2-11

# OLD FASHIONED WEEK

A COCKTAIL WITH SPIRIT



N'A PLUS DE FRONTIÈRE

HAS NO BOUNDARIES

步距 国境

DEO ISANG GUKGYEONG

YA NO TIENE FRONTERAS

NON HA CONFINI



[WWW.OLD-FASHIONED-WEEK.COM](http://WWW.OLD-FASHIONED-WEEK.COM)

ANGOSTURA aromatic bitters

Havana Club 7

Rhum J.M

WILD TURKEY BOURBON WHISKEY

MONKEY SHOULDER VERY MILD WHISKY FOR MEN

ALCOHOL IS DANGEROUS FOR HEALTH. TO CONSUME WITH MODERATION