

Bartales

Lo mejor de

N. 7 | SEPTIEMBRE 2018

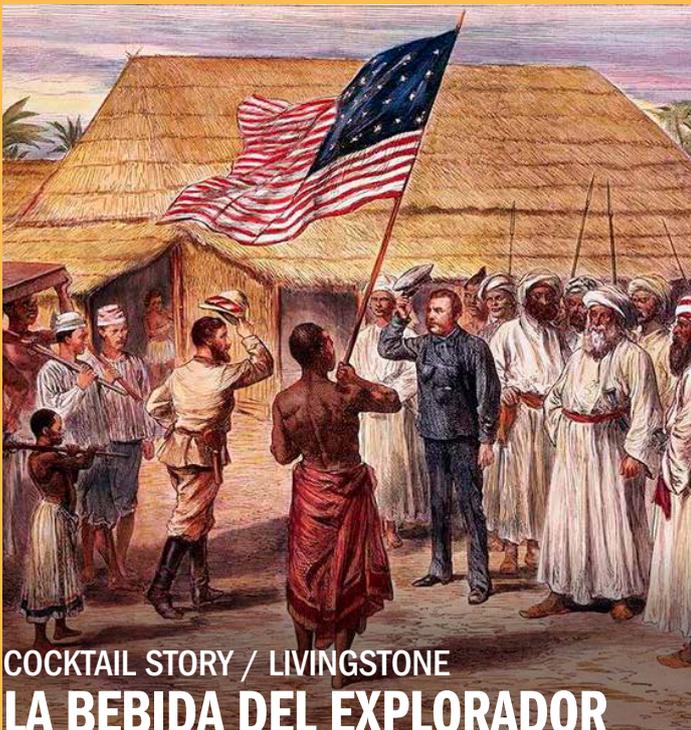
SUPLEMENTO DE BARTALES



COCKTAIL STORY / MARGARITA
ENCANTO Y MISTERIO



BAR STORY / HARRY'S NEW YORK BAR
UN NOMBRE, UNA LEYENDA (1)



COCKTAIL STORY / LIVINGSTONE
LA BEBIDA DEL EXPLORADOR



LIQUID STORY / LILLET
150 AÑOS Y NO PARECE



ZOOM / CHERRY HEERING BICENTENARY
EVELYN CHICK
Y CHERRY HEERING

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE

ITALIAN HERITAGE

*Tradición
Terroir
personas*



Aperitivo Del Professore

Nace de la minuciosa infusión artesanal de mandarina, limón, genciana y otras especias. Sus sabores y colores mediterráneos evocan el ambiente de los fabulosos años 50. Para disfrutar en buena compañía al atardecer.

VERMOUTH & SPIRITS DEL PROFESSORE

VERMOUTH Classico | VERMOUTH Rosso | VERMOUTH Vaniglia |
VERMOUTH Chinato | VERMOUTH Whisky finish | VERMOUTH Rum finish |
GIN Monsieur | GIN Madame | GIN Crocodile | APERITIVO | BITTER

SORBOS DE AVENTURA

En 1841, cuando el doctor Livingstone, joven médico inglés, llegó a África por primera vez, la mayoría de las regiones centrales del continente negro estaba marcada en los mapas con la palabra "inexplorada". Como es sabido, los pioneros de las exploraciones africanas fueron los ingleses, pero básicamente a partir de 1850, después de que las noticias de los descubrimientos de Livingstone habían llegado a Inglaterra. De 1852 a 1856, el médico había explorado el Zambeze, descubierto las cataratas Victoria (denominadas así en honor de la reina inglesa) y había sido el primer europeo que atravesó el África, de la costa occidental a la oriental. Tenía clara una misión: alcanzar nuevos pueblos, liberarlos de la esclavitud y convertirlos al cristianismo. En su última expedición (1866-73), Livingstone esperó encontrar la fuente del Nilo Blanco. Se enfermó de malaria, murió su esposa, Mary Moffat, y por seis años no se supo nada de él. Así, en 1869 el periodista Henry Morton Stanley salió en su búsqueda: se encontraron en el lago Tanganica, el 10 de noviembre de 1871. Dos europeos solos, perdidos en el corazón más profundo del África negra pero unidos y seguramente consolados por un impulso común: el amor por la aventura. Livingstone se convirtió en un héroe nacional. Tan famoso que se mereció incluso un cóctel (pág.). Un Gin Martini con añadido de azúcar. Un homenaje al príncipe indiscutible de los exploradores y sobre todo a la sed de conocimientos que desde siempre ha estimulado a los hombres de todos los tiempos a viajar, a descubrir, a buscar. De Ulises en adelante.

Follow us



BarTales
Lo mejor de N. 7 | SEPTIEMBRE 2018

EDITORA EJECUTIVA

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

CORRECTOR DE ESTILO

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

DIRECTORA ARTÍSTICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

COLABORADORES

**Jenny Adams, Dom Costa, Alessandro Palanca,
Luca Rapetti**

TRADUCCIÓN REALIZADA POR

LMP International - Lonato (BS) Italy

EDICIÓN DIGITAL REALIZADA POR

SKILL LAB srl

(assistenza@s-lab.it)

Registro. núm.35 del 8/7/2013 Tribunal de Nápoles
www.bartales.it

© copyright

BARTALES – Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida de manera alguna ni mediante medio alguno. Cualquier violación será perseguida de conformidad con la ley.

Cualquier persona che reclame derechos de autor de fotografías no identificadas contacte con Bartales

BEBA DE MANERA RESPONSABLE

ENCANTO Y MISTERIO

Quizás represente la evolución del Tequila Daisy, es uno de los cocteles más famosos envuelto en un enigma

DE **DOM COSTA**

¿Quién inventó el Margarita? ¿Un anónimo cantinero de una popular posada mexicana, el bartender de un lujoso hotel o un involuntario cliente durante una fiesta? Es difícil responder a esta pregunta que tal vez nunca tendrá una respuesta cierta. El aura misteriosa que circunda el origen de una de las bebidas más icónicas es el ingrediente emocional de una receta que se convirtió en el patrimonio cultural y de identidad de un país.

En 1939 la empresa editora Mc Graw Hill publicó el libro, *The Saber-Tooth Curriculum*, en el cual se critica en clave irónica

el sistema educativo estadounidense. La obra se basa en un viaje imaginario del protagonista a Tijuana que, de bar en bar, descubre el Tequila. Sin embargo, nuestro viajero imaginario no consume el destilado puro, sino mezclado en una bebida a base de Tequila, zumo de lima y granadina, el Tequila Daisy enfriado con una cascada de hielo picado.

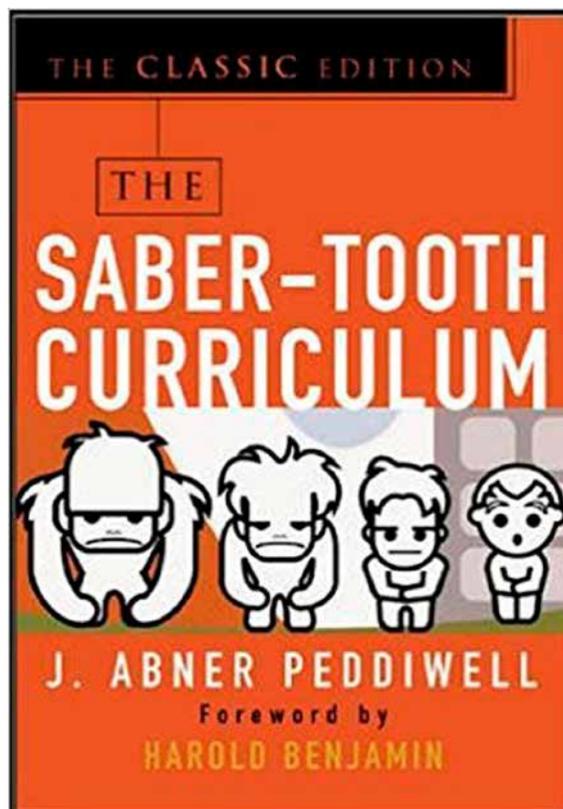
Los Daisy representan una categoría histórica de bebidas que ya se conocía en el siglo XIX, ciertamente no es una novedad. El aspecto interesante es que la traducción de Daisy al español es Margarita. Sin confundir lo imposible con lo





improbable hay que suponer que quizás no se haya tratado de pura casualidad. No podemos afirmar con certeza que el Tequila Daisy haya sido el precursor del Margarita, sin embargo notamos que ciertamente el Daisy desapareció de las listas de los bares más concurridos por los turistas estadounidenses y fue sustituido por una bebida a base de Tequila, Triple Sec y lima, que rápidamente se puso de moda y se volvió famosa con el nombre Margarita. Así nació el mito de una bebida dividida entre historia y leyenda.

También es interesante la historia de los que se atribuyen la paternidad del Margarita. Carlos Daniel “Danny” Herrera, restaurador de Tijuana propietario del Rancho la Gloria, siempre afirmó que había creado la bebida para Marjorie King, actriz





RANCHO LA GLORIA. TIJUANA, B.C. MEX.

TIJUANA

ARRIBA EL RANCHO LA GLORIA. ABAJO EL PROPIETARIO CARLOS DANIEL "DANNY" HERRERA.



estadounidense casada con el magnate neoyorquino Phil Plant. En las noticias se supo que la actriz era alérgica a las bebidas espirituosas excepto al Tequila. Se dice que Herrera dedicó la bebida personalizada según esta especificación a Marjorie, también en este caso la traducción al español es precisamente Margarita.

Otra historia se refiere a Margaret Sames, acaudalada señora texana que entretenía a sus huéspedes con elegantes fiestas en su villa de Acapulco. Se dice que, durante una de éstas en 1937, utilizó los servicios de un bartender estadounidense,

Johnny Durlesser, para preparar una bebida a base de Tequila, Cointreau y lima. La bebida se habría llamado Margarita, como llamaban a Margaret sus amigos mexicanos.

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE

*Tradición
Terroir
personas*



Bitter Del Professore

*Licor de color rojo rubí natural
con aromas de naranja, enebro y genciana.
Nace de la rigurosa búsqueda de las
mejores especias y frutas, trabajadas
con nuestra experticia artesanal.*

VERMOUTH & SPIRITS DEL PROFESSORE

VERMOUTH Classico | VERMOUTH Rosso | VERMOUTH Vaniglia |
VERMOUTH Chinato | VERMOUTH Whisky finish | VERMOUTH Rum finish |
GIN Monsieur | GIN Madame | GIN Crocodile | APERITIVO | BITTER

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



— ITALIAN HERITAGE —

*Tradición
Terroir
personas*



Vermouth de Turin

Elaborado en el Piemonte con los mejores ingredientes naturales, cosechados en su mayoría en las colinas y las montañas que rodean nuestra destilería.

VERMOUTH & SPIRITS DEL PROFESSORE

VERMOUTH Classico | VERMOUTH Rosso | VERMOUTH Vaniglia |
VERMOUTH Chinato | VERMOUTH Whisky finish | VERMOUTH Rum finish |
GIN Monsieur | GIN Madame | GIN Crocodile | APERITIVO | BITTER



PROTAGONISTAS

ARRIBA, MARJORIE KING. AQUÍ ARRIBA, MARGARET SAMES, SEÑORA DE ACAPULCO CONOCIDA POR SUS FIESTAS. ABAJO A LA IZQUIERDA, JOHNNY DURLLESSER.

Era la década de 1940 y como sabemos la bebida tuvo mucho éxito en todos los Estados Unidos. Johnny Durllesser afirmó ser el autor de la bebida, inicialmente llamada South of the border, fue premiado con el tercer lugar en el concurso internacional para barman del cual, sin embargo, no hay rastros. Margaret Sames, indignada, afirmó públicamente que fue ella la que inventó la bebida y que Durllesser era un fanfarrón. Muchos se preguntaron por qué Margaret Sames se había atribuido la paternidad de la bebida sólo después de las declaraciones de Durllesser. Sin embargo, el primer libro en el que aparece una receta con los ingredientes indicados

1821

CHERRY

Unique.

Let this unique liqueur obtained by the marasca cherries sourced from the Luxardo orchards seduce you with its intense aroma. Enjoy its inebriating perfume of marasca neat, in famous cocktails or with pure dark chocolate. Luxardo Cherry Liqueur Sangue Morlacco: taste the inimitable.



LUXARDO

Drink responsibly



arriba es el Cafe Royal Cocktail Book de J.W Traling, publicado en Gran Bretaña en 1937. En éste se encuentra una receta a base de Tequila, Cointreau y zumo de lima denominada Picador. En efecto, fue sólo en 1953 que la receta apareció publicada por primera vez en Estados Unidos en la edición de diciembre de la revista Esquire. El redactor escribe «Señores, llega de México, su nombre es Margarita y es un cóctel atractivo, emocionante y hermoso a la vista».

Los que se indican aquí representan los relatos más interesantes y debatidos sobre el Margarita, pero existen muchos otros acerca del origen de esta bebida histórica. La única conclusión a la que se puede llegar es que el Margarita permanecerá envuelto en el misterio. Seguramente su receta fue la evolución de otra bebida. Quizás del Tequila Daisy, pasando por el White Lady o por el Sidecar, o más simplemente retomando el Picador sólo para cambiar su nombre.

La evolución del Margarita, adoptado por generaciones de bartender de todo

el mundo, continuó añadiendo la fruta, el elemento que caracteriza la versión frozen, y para la cual se podría incluso indicar una estacionalidad de la bebida en base al tipo de fruta utilizado. Sin embargo, en su proceso evolutivo la versión más interesante del Margarita es seguramente la que se propuso hace pocas décadas atrás en Estados Unidos.

A finales de la década de 1980 el joven Julio Bermejo, recién graduado, comenzó a colaborar de forma activa con el restaurante de propiedad de su familia, el Tommy's Restaurant de San Francisco. Julio, precursor de los tiempos y atento a las evoluciones del mercado, amplió la oferta de Tequila 100% agave, cosa poco común en esa época, convirtiéndose, en poco tiempo, en un punto de referencia en la ciudad para los aficionados del destilado.

El Margarita permanece envuelto en el misterio. Lo único cierto es que la receta representa la evolución de otra bebida



CÓCTEL

EN LA PARTE SUPERIOR, EL TOMMY'S DE CHICAGO. A LA DERECHA, JULIO BERMEJO. AQUÍ ARRIBA, EL TOMMY'S MARGARITA.

El Tequila 100% agave luego se convirtió en la expresión común de la propuesta de Tequila en los principales bares del mundo.

En 1990 Julio Bermejo tuvo la intuición de proponer una variante de la receta clásica

del Margarita, sustituyendo el Triple Sec con el jarabe de agave. Fue un éxito inmediato y la popularidad del Tommy's Restaurant se difundió en todos los Estados Unidos. En 2003 la Cámara Nacional de la Industria Tequilera lo nombró Embajador del Tequila para los Estados Unidos.

Hoy el Tommy's Margarita es un clásico contemporáneo que logró conquistar una posición estable en las preferencias de la clientela y la bebida ya representa una piedra angular de la coctelería moderna.

En la actualidad, Julio sigue promoviendo incansablemente el Tequila, no sólo en los Estados Unidos, sino también en cualquier lugar del mundo en el que se requiera su presencia. El "Wall Street Journal" definió el Tommy's Restaurant "el epicentro del Tequila en Estados Unidos" mientras que la CNN lo considera el "Ground Zero del Tequila".

La fuerza del Tommy's Margarita es su simplicidad y capacidad de ser apreciado de manera transversal, de ser una bebida que se puede saborear a toda hora y sobre todo que se puede reproducir en cualquier circunstancia, al igual que las bebidas más famosas y apreciadas del mundo. Como es evidente.

Dom Costa

(Un agradecimiento especial a Julio Bermejo)

LA RECETA

TOMMY'S MARGARITA

INGREDIENTES

- 50 ml Ocho Blanco Tequila 100% agave
- 15 ml zumo de lima fresco
- 10 ml jarabe de agave 0,5

Procedimiento: verter todos los ingredientes en un shaker con hielo, agitar y filtrar en una copa de cóctel adecuadamente enfriada.

Extraordinary spirits since 1779.



B.º NARDINI DISTILLERIA A VAPORE

— dal 1779 —



UN NOMBRE, UNA LEYENDA (1)

En el corazón del Opéra,
el primer bar de cocteles de Europa.
Un rincón de Manhattan en París

DE LUCA RAPETTI

El núm. 5 de Rue Daunou, en París, podría parecer una dirección cualquiera de la capital francesa. Seguramente no para las personas que conocen la historia y la evolución de

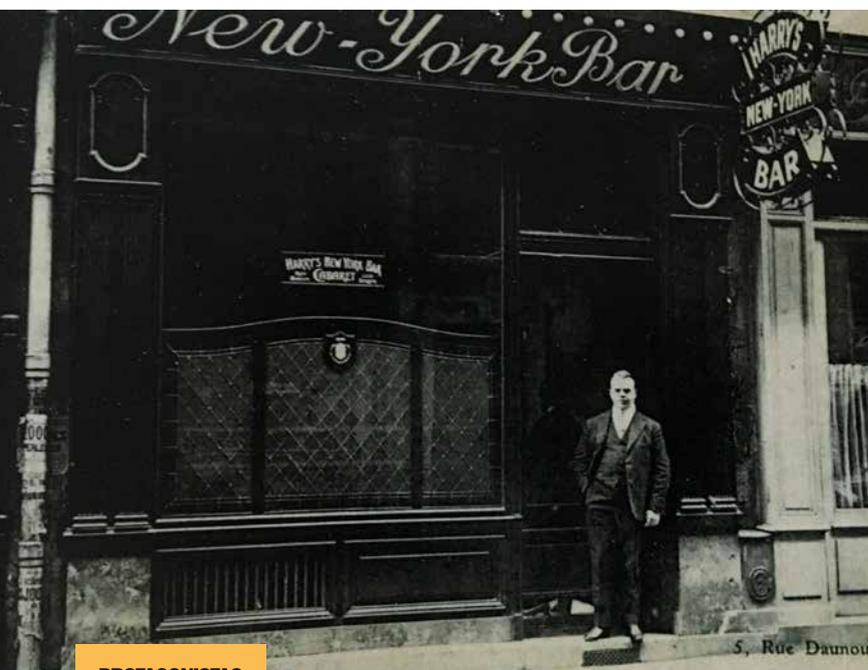
la coctelería moderna de principios del siglo XVIII ya que es la de un bar que ha catalizado y caracterizado significativamente la cultura de los cocteles europea e internacional del siglo pasado.



El Harry's New York Bar tiene más de un siglo y ofrece su servicio a los ciudadanos parisienses y a turistas y curiosos de todo el mundo. Los que llegan a París no pueden dejar de visitar este mágico bar. La historia comenzó en 1911. Un famoso exjinete estadounidense, Tod Sloan, famoso también por haber inventado el estilo de cabalgada "monkey crouch", decidió abrir su bar en París. No teniendo ninguna experiencia en ese sector, solicitó la asesoría de Clancey, un amigo neoyorquino propietario de un bar en Manhattan. Era la época en la que soplaba el viento del Prohibicionismo y se comenzaron a sentir los primeros efectos negativos. Sloan convenció a su amigo a unirse a él para intentar la aventura parisiense.

Clancey desmanteló su bar en Nueva York, lo embaló y se mudó definitivamente a París con Sloan. En la zona que eligieron había un tipo de clientela de nivel elevado, cerca de Rue Daunou se





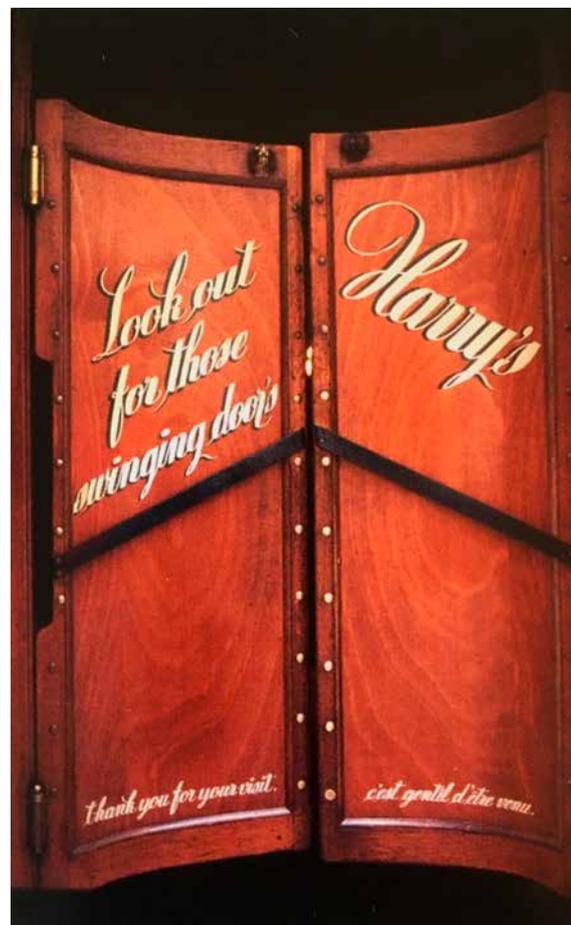
PROTAGONISTAS

AQUÍ A LA DERECHA TOD SLOAN, FUNDADOR DEL NEW YORK BAR JUNTO CON CLANCEY.



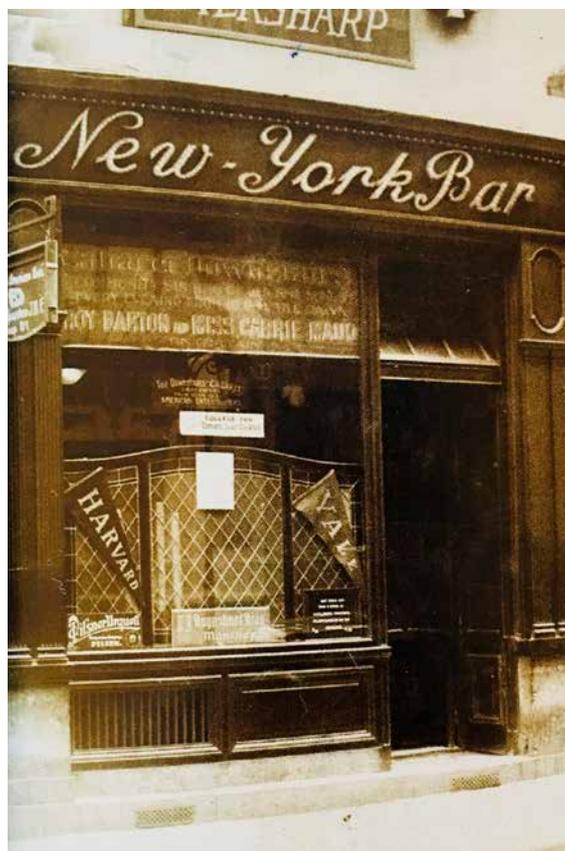
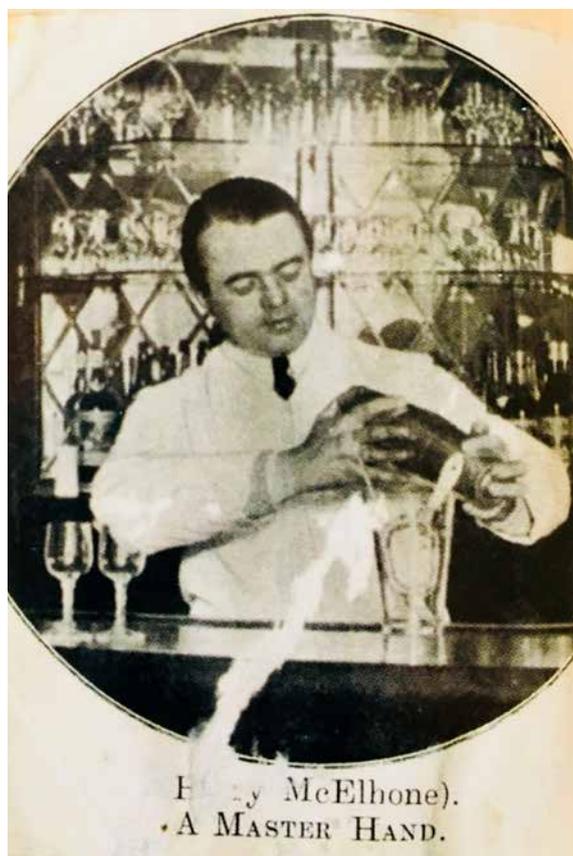
encontraban el Opéra, muy popular entre el público femenino estadounidense, y dos instituciones como Ritz y Café de Paris.

El equipo del bar estaba compuesto principalmente por partes de mobiliario del bar neoyorquino de Clancey, incluidas



dos puertas de entrada de acción simple, típicas de las tabernas de las películas de vaqueros estadounidenses, el mostrador de caoba y paneles de madera elegantemente decorados adecuados para recubrir las paredes internas y los techos. El día de apertura fue el 26 de noviembre de 1911. No era una fecha casual, se trataba de una fecha sumamente importante para los estadounidenses, el día de Acción de Gracias, y el nombre elegido fue New York Bar.

Poco tiempo antes, Sloan conoció a un barman de origen escocés sumamente prometedor a pesar de tener apenas veinte años, que fue contratado para la apertura de su actividad. Se llamaba Harry MacElhone, un nombre destinado a aparecer en la mayor parte de los textos de coctelería y libros de recetas de cocteles. MacElhone se convirtió en una figura clave para el desarrollo de la profesión del barman en el siglo XX. Harry nació el



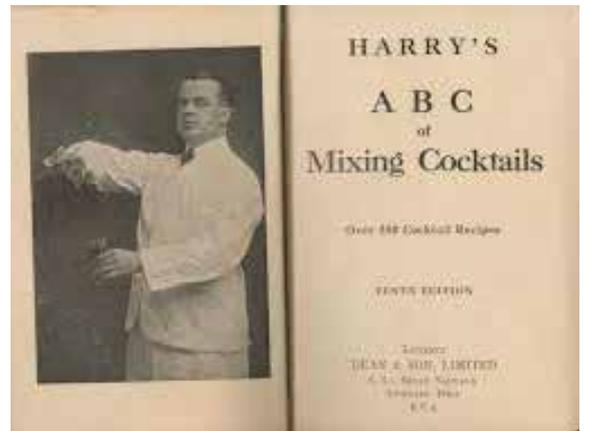
16 de junio de 1890 en Dundee, Escocia. Desde muy joven su sueño era emprender la carrera detrás del mostrador de un bar y esto lo estimuló a trabajar inicialmente en algunos hoteles de Inglaterra, antes de viajar por Europa, en particular a Francia. Al regresar a París después de una experiencia en Enghien, encontró a Sloan. Comenzó así la aventura de Harry en el american bar de la capital, fue el inicio de una de las historias más hermosas y duraderas de la historia de la coctelería.

MacElhone non tardó mucho en obtener bastante fama entre la clientela estadounidense del bar, tanto es así que muchos de sus clientes solían encontrarse en el Harry's Bar en vez que en el "New York Bar". Este aspecto suscitó en el joven Harry el deseo de ver con sus propios ojos y experimentar personalmente la cultura y el modo de beber de los estadounidenses en su país. Fue así como sólo un año después, en 1912, se embarcó hacia Estados Unidos.

Una vez llegado a Nueva York encontró ocupación en el bar del Plaza, uno de los

hoteles más famosos de la metrópolis estadounidense. Harry comprendió minuciosamente todos los aspectos relativos a la preparación, servicio y estilo de los cocteles que solicitaban los clientes estadounidenses. Lamentablemente, la creciente confirmación de los movimientos prohibicionistas y el inicio de la Primera Guerra Mundial impulsaron a MacElhone a terminar su aventura estadounidense y volver a Gran Bretaña. Durante la guerra mundial prestó servicio en el Royal Naval Air Service. Al terminar la guerra, Harry se estableció en la capital inglesa y se dedicó nuevamente a la coctelería profesional. Se ocupó de la apertura de algunos de los clubes más famosos de la época, como el Buck's Club y el Hendon Flying Club. Antes de ir al famoso Ciro's Club también tuvo la oportunidad de trabajar en el Savoy.

El éxito de este club fue tan grande, aunque por poco tiempo, que el propietario le propuso a Harry abrir otro en Deauville, famosa localidad de playa francesa en la costa de Normandía. Mientras tan-



BARTENDER
ALGUNAS
IMÁGENES DE
HARRY
MACELHONE.
EN LA PARTE
SUPERIOR
DERECHA EL
PLAZA HOTEL.

to, Harry alcanzó una gran fama gracias a la competencia en las mezclas y en el equilibrio perfecto de los cocteles, que se concretizó en la publicación, en 1919, del libro de recetas “ABC of Mixing Cocktails”, que contenía 300 recetas de cocteles y consejos prácticos.

Al regresar de nuevo a Francia, Harry comenzó a desear una vida y una carrera más estables, había transcurrido los últimos años mudándose para trabajar en diferentes bares, aunque muy prestigiosos. La ocasión llegó en 1923 cuando Nell MacGee, propietaria en aquel entonces del New York Bar, puso en venta precisamente el bar donde había adquirido una de sus primeras experiencias. Harry se propuso enseguida para la tratativa y el 8 de febrero de 1923 se concluyó oficialmente el acuerdo de venta. Como nuevo propietario, MacElhone colocó su nombre en la enseña antes del nombre del bar mismo: así se originó el Harry's

New York Bar de París.

El mismo día que tomó posesión del bar, Harry recibió la noticia que había nacido Andrew, su segundo hijo, lo cual contribuyó a aumentar todavía más su gran felicidad y satisfacción. Durante esos años el Prohibicionismo estadounidense ya había entrado con fuerza en la cotidianidad social de la población estadounidense. Las personas que tenían los medios para hacerlo dedicaban algunos fines de semana o pequeñas vacaciones

para ir a Cuba, donde era posible saborear bebidas preparadas adecuadamente en numerosos bares de cocteles que habían surgido aprovechando el momento favorable que el Prohibicionismo había creado para ellos. Otros estadounidenses, los más adinerados y “fanáticos de la salud” pasaban sus vacaciones posiblemente en Francia, famosa incluso por sus excelentes vinos. También en París se encontraba este tipo de distinción, en términos de gustos y estilos de vida. El Sena demarcaba claramente el margen derecho de la ciudad caracterizado por representar la parte más conservadora y de clase elevada de la sociedad, respecto al margen izquierdo que comprendía el barrio Montparnasse, en el cual se llevaba a cabo una revolución cultural que culminó sobre todo durante la década de 1920.

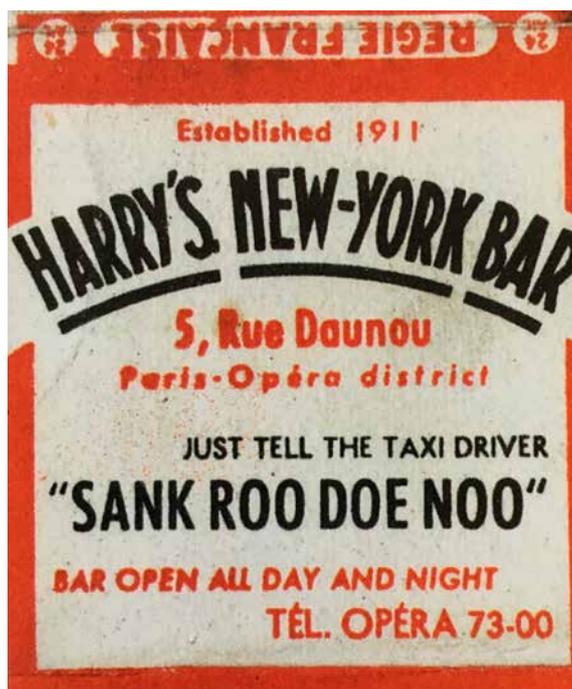
Harry intuyó cuál era la manera de atraer y fidelizar la clientela estadounidense que visitaba su bar, que ya representaba un verdadero punto de encuentro tanto para los turistas como para los que buscaban un refugio respecto al Prohibicionismo estadounidense. En realidad, éste no tenía sólo efectos en el consumo de alcohólicos, era más bien un movimiento moralizador y también mojigato. El impulso adicional proporcionado por los restaurantes Maxim’s y Voisin, el encanto de las numerosas joyerías y las refinadas habitaciones de los barrios cercanos a Place Vendôme, Louvre y el Opéra, hacían frente a ese movimiento cultural, en algunos aspectos rebelde y decadente que se estaba llevando a cabo en el otro margen del río. El nivel y la calidad del servicio de los restaurantes y de los bares como el Harry’s, complacían así a los clientes estadounidenses sumamente exigentes. Este tipo de clientela representó el éxito



del Harry’s New York Bar, administrado de manera magistral gracias a las grandes dotes de mercadeo y publicidad que MacElhone sabía aplicar, además de sus indudables cualidades como bartender.

Durante el curso de los años el interior del bar se enriqueció con objetos de interés como, sólo para citar algunos, los guantes de boxeo de Primo Carnera cuando, en 1933, ganó el título en la categoría World Heavyweight Championship contra Jack Sharkey o las pelotas de beisbol donadas y firmadas por los jugadores de los White Sox y de los Giants, durante la gira europea de 1924. En el piso inferior del bar se encontraba una sala conocida como Front-Page Cabaret. Aquí se ofrecía música en vivo, sobre todo piano, y la única bebida que se servía era Champagne. La atmósfera atractiva y la ubicación apartada respecto a la sala más concurrida del piso superior representaron otra atracción exitosa del bar.

Harry intuyó como fidelizar a los clientes estadounidenses de su bar, que se convirtió en el lugar de referencia en París



En la Front-Page Cabaret se exhibieron numerosos músicos jazz del nivel de Tommy Lyman, Leo Deslys, Roy Barton y hasta George Gershwin que compuso “An American in Paris”, lo cual representó un gran honor para MacElhone.

La idea de “punto de encuentro” adquirió cada vez más significado en el Harry's Bar cuando a los clientes que ya lo visitaban se añadieron otros personajes famosos, deportivos y periodistas, que por supuesto traían a otras personas importantes. Una de éstas era Ernest Hemingway, ya cliente del bar desde 1919, al cual a menudo iba acompañado de su esposa Zelda y de Francis Scott Fitzgerald. Cuando MacElhone adquirió la propiedad, el escritor estableció con él una hermosa amistad. Entre las numerosas personas importantes se pueden recordar también Douglas Fairbanks, Gene Kelly, James Walker (alcalde de Nueva York entre 1925 y 1932) y Franklin Delano Roosevelt Jr.

MacElhone ideaba con astucia auténticos planes de mercadeo y publicidad

muy eficaces. Como en 1924 cuando hizo publicar un anuncio publicitario en la edición parisiense del New York Herald Tribune. el mensaje decía: “Just tell the taxi driver 'Sank Roo Doe Noo' and get ready for the worst”. (simplemente dígame al taxista 'Sank Roo Doe Noo' y prepárese para lo peor) este eslogan identificaba la que ya representaba una institución de la ciudad. Harry lo imaginó como el modo más fácil para asegurar a los clientes estadounidenses, que probablemente no conocían muy bien el francés, la llegada segura a su destino. En efecto, la idea genial era transcribir exactamente la pronunciación en inglés de la dirección francesa.

Harry, con una idea adelantada para su época, demostraba lo importante que eran para un bartender no sólo la preparación técnica y el conocimiento de los productos, sino también la conciencia y la programación de capacidades empresariales.

Luca Rapetti
(1/continúa)

THE PERFECT
GIN
FOR THE PERFECT
NEGRONI



SEVEN
HILLS
ITALIAN DRY GIN



SEVEN
HILLS

ITALIAN DRY
GIN



BEBE CON RESPONSABILIDAD

#VIIHILLSGIN #ITALIANDRYGIN
WWW.VIIHILLS.CO.UK

LA BEBIDA DEL EXPLORADOR

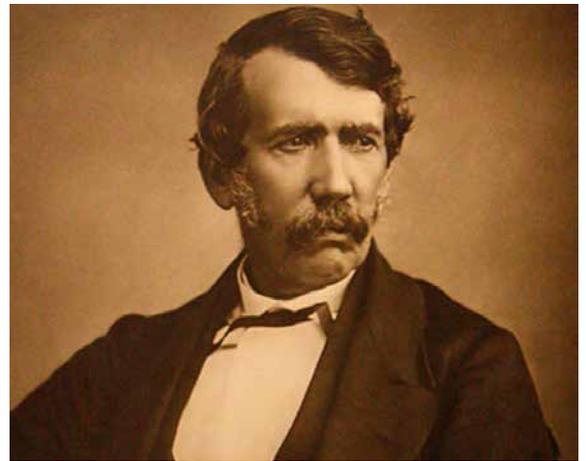
Un Gin Martini con azúcar
para conmemorar
los descubrimientos
del médico escocés

DE **FABIO BACCHI**

«**D**octor Livingstone, I presume!» Estas son las palabras que Henry Morton Stanley, galés naturalizado estadounidense, enviado en busca de David Livingstone, pronunció el 10 de noviembre de 1871 al encontrar en África al explorador escocés del cual no había noticias.

Stanley fue encargado por el director del periódico New York Herald para que buscara a Livingstone. Cuando Stanley preguntó con cuántos fondos podía contar la respuesta fue elocuente «Tome 1.000 libras, cuando se hayan terminado tome otras 1.000, cuando las haya gastado, pida otras 1.000 y cuando las haya agotado habrá otras 1.000 y así sucesivamente, pero encuentre a Livingstone».

El histórico encuentro, por el cual Stanley había viajado durante dos años, ocurrió en el pueblo de Ujiji, en las orillas



del lago Tanganica. Los dos británicos eran los únicos europeos que estaban en África en centenares de kilómetros y se contó que se habían saludado como si se encontraran en una recepción. Más adelante, la atmósfera singular de este episodio fue relatada como ejemplo de cómo la moral victoriana, seria y formal, se asemejase al carácter del pueblo británico.

Entre 1852 y 1856 Livingstone exploró el interior de África descubriendo, a lo largo del curso del río Zambeze, las cataratas Victoria, a las cuales dio el nombre de la entonces Reina de Inglaterra.

Livingstone fue uno de los primeros europeos en hacer un viaje transcontinental a través de África. El objetivo de su



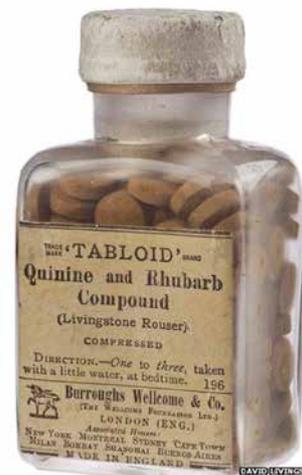
DESCUBRIMIENTOS

AQUÍ ARRIBA
HENRY MORTON
STANLEY, 1873.
A LA DERECHA
EL TRANSPORTE
DE
LIVINGSTONE.
ABAJO,
PASTILLAS DE
LIVINGSTONE
ROUSER.

atención de los presentes se concentró en una receta que incluía un ingrediente con un nombre evocador: Livingstone Rousers. La receta se inspira en la historia de los grandes exploradores entre los cuales Livingstone representa una de las figuras más icónicas. En este caso específico se trataba de una preparación casera ideada por el joven bartender Vincenzo Losappio; un agua tónica con cardamomo

y ruibarbo. En realidad, el Livingstone's Rouser era un remedio antimalárico que el médico explorador elaboró como remedio contra las enfermedades endémicas de África. «El fármaco está compuesto por seis/ocho granos de resina de jalap (Ipomoea purga), lo mismo

de ruibarbo, y tres de cada uno de calomél (cloruro de mercurio) y quinina, dividido en cuatro píldoras, con tintura de cardamomo, generalmente alivia todos los síntomas en cinco o seis horas. Cuatro píldoras representan una dosis completa para un hombre, una es sufi-



ciente para una mujer. Nuestros hombres dijeron que las píldoras eran “estimulantes”, ya que tuvieron un efecto incluso en los que estaban más debilitados», afirmó David Livingstone.

De la historia de estos dos hombres se conoce todo, mientras que pocos conocen los dos cocteles dedicados a ellos. Stanley y Livingstone son dos cocteles que aparecieron en el libro “Approved Cocktails” de UKBG de 1937. Las recetas no se publicaron, se encontraban en la lista de cocteles que se podían solicitar al “Bartender” Office de la UKBG al precio de un chelín cada una. En el libro Cocktails by “Jimmy” late of Ciro's London se encuentra una de las primeras

Stanley y Livingstone son dos cocteles que aparecen en el “Approved Cocktails” de UKBG de 1937

Stir well; strain into cocktail glass; twist a piece of lemon peel over the drink and drop it in. Serve.

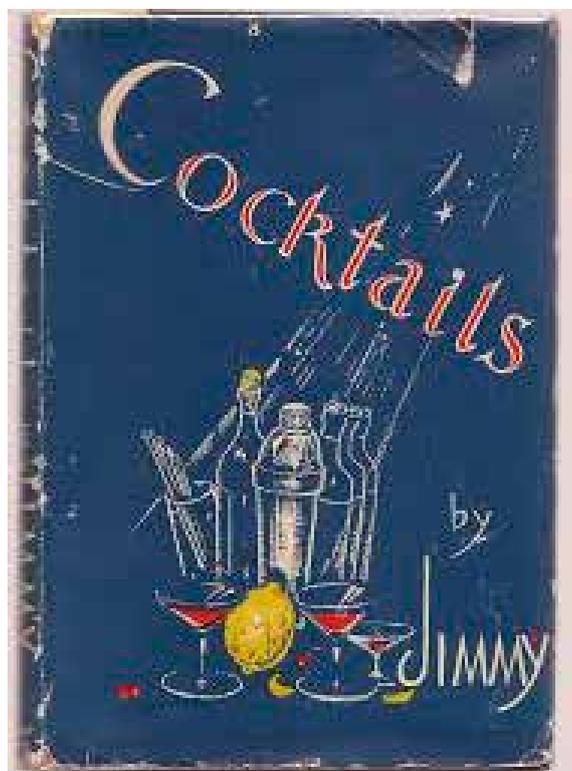
Livingston Cocktail.

Fill large bar glass $\frac{3}{4}$ full shaved ice.

2 dashes gum syrup.

2-3 jigger Burnett's Old Tom gin.

1-3 jigger Italian Vermouth.



LIVINGSTON

2 parts Old Tom Gin
1 part Italian Vermouth
Sugar to taste

Squeeze a piece of lemon peel on top.

Cocktails in the JUNGLE!

I HAVE always felt sorry for Dr. Livingstone and Stanley and all those other pioneers who opened up the wastes of the Dark Continent to the civilising values of synthetic gin and machine-guns. Their lives seem to have been one hardship after another, but they didn't have the help of aeroplanes, or their work would have been much easier—and more accurate.

And as for the discomforts and the tsetse flies and mosquitoes and dangers from the wild beasts—well, listen to Martin Johnson—that indefatigable explorer and animal-shooter (with camera), in his book *Over African Jungles* (Harrap, 12s. 6d.).

After years of trekking on foot, followed up by car journeys, he has at last found the perfect way of covering Africa—by amphibian plane—and in this volume he

Much, Mr. Johnson reminds us, has been written about the unhealthy tropics. "I have never found them so. If proper precautions are taken with food, water, exercise and the simple medical remedies which ward off malaria and a few other preventable diseases, I thoroughly believe that a person would live longer, and would be healthier and happier, on safari than in civilisation."

All of which does not minimise the hairbreadth escapes and thrilling adventures which befell Mr. and Mrs. Johnson.

They discover quite a lot of things for themselves. That a lion pays very little attention to a motor-car or aeroplane, for instance, and apparently views the occupants as actually belonging to the plane or car, unless they step clear of it, in which case he will either charge or run away.

The book has a great number of illustrations, some of the

BOOKS
of the
DAY

THE LATEST VEST POCKET GUIDE FOR QUICK REFERENCE, CONTAINING OVER 350 FORMULAS FOR MIXING AND SERVING INDIVIDUAL DRINKS, AND DRINKS IN QUANTITIES, FOR RECEPTIONS AND PARTIES. ALSO VALUABLE FORMULAS FOR THE MANUFACTURE OF DRINKS, ETC., IN BULK FOR BOTTLING.

INCLUDING

DIRECTIONS FOR STOCKING AND CONDUCTING FIRST-CLASS HOTEL, CLUB AND PUBLIC BARS, TOGETHER WITH A CHOICE SELECTION OF TOASTS FOR ALL OCCASIONS.



LONDON:

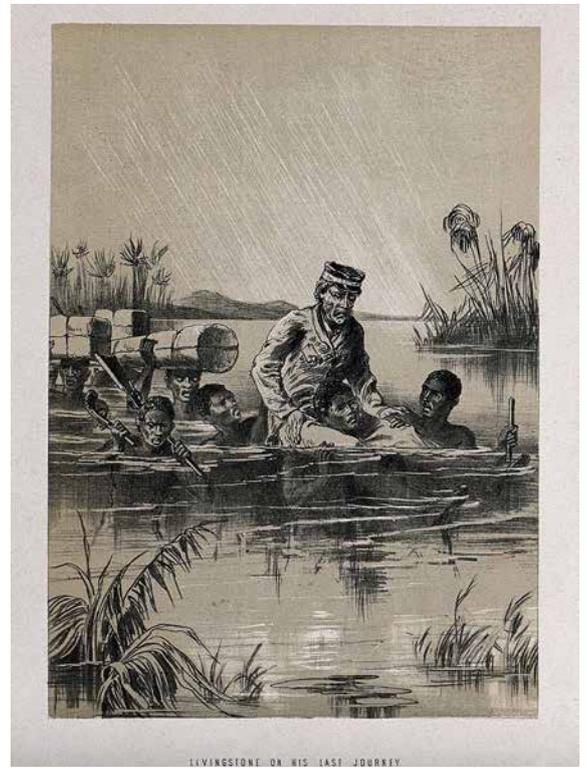
STANLEY PAUL & CO., LTD.

81 ESSEX STREET, W.C.2.

recetas del Livingston (escrito sin e) Cocktail. Se especifica: Old Tom Gin, Vermut Italiano, añadir azúcar en base al gusto y espiral de limón. En "Drinks-How to mix and how to serve" (fecha de publicación desconocida, Londres) también aparece la receta del Livingston Cocktail (todavía escrito sin e): Burnett's Old Tom Gin,

Vermut Italiano, jarabe de goma, espiral de limón.

Hoy todavía no es posible afirmar con certeza dónde y cuándo se originó la bebida, probablemente para conmemorar el médico explorador. Podemos aventurar



LUGARES

AQUÍ ARRIBA EL LANGHAM HOTEL. A LA DERECHA, LIVINGSTONE EN SU ÚLTIMO VIAJE. ABAJO, EL LIVINGSTONE COCKTAIL. FOTOGRAFÍA: DIFFORD'S GUIDE.

algunas hipótesis. Como se menciona en “Proceedings of Royal Geographical Society” vol. XVI secciones 1871-1872, Henry Morton Stanley se quedaba en el Langham Hotel de Londres, en el cual también planeó el viaje en busca de Livingstone. Por lo tanto, es posible que el cóctel haya sido creado en ese hotel, sin embargo, no hay pruebas concluyentes.

En 1925 en la película “Livingstone” dirigida por M.A.Wetherell se relata la vida y la empresa del explorador escocés. Dos años antes, para la presentación del proyecto, se organizó un almuerzo oficial en el Hotel Victoria en Northumberland Avenue (cerrado en 1940). Es posible que el cóctel haya sido creado en esa ocasión, aunque no haya documentos que comprueben esta hipótesis. De todas

maneras, el hotel estaba a poca distancia del Savoy y en el libro de Harry Craddock de 1930 se encuentra sólo la receta del Stanley Cocktail. La película fue un gran éxito a nivel nacional, a pesar de no tener audio y dio un impulso adicional al sector cinematográfico británico, que hasta ese momento era menos competitivo que los demás. El 5 de agosto de 1934 se inauguró una estatua de Livingstone en las cataratas Victoria, para conmemorar su fallecimiento ocurrido sesenta años antes. La ceremonia fue transmitida en vivo por la radio incluso en Londres. Fue un evento de gran alcance mediático, sobre todo porque fue la primera vez que se transmitía por radio a nivel nacional y desde un territorio tan lejano.

En 1935 se publicó el libro “Over African



VARNELLI

since 1868

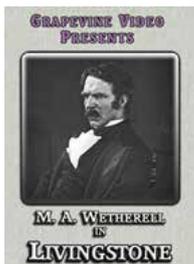


SHALL WE MIX?

www.varnelli.it

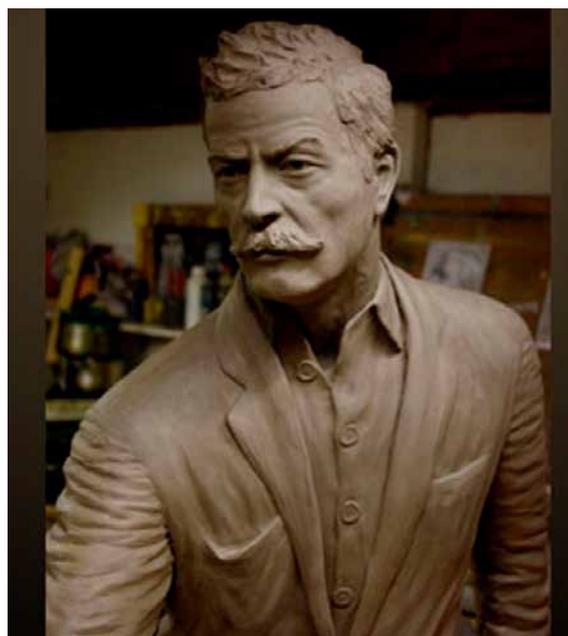
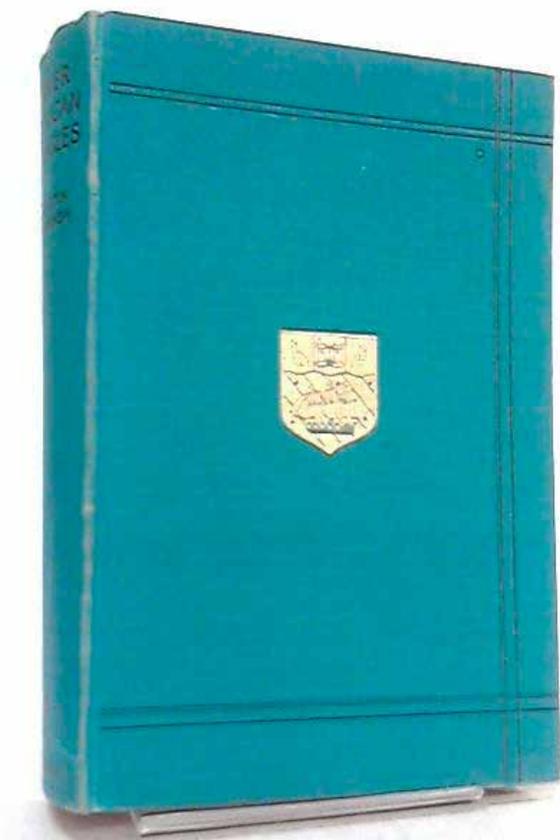


DRINK RESPONSIBLY



HOMENAJE

AQUÍ ARRIBA EL CARTEL DE LA PELÍCULA SOBRE LIVINGSTONE. AQUÍ AL LADO, EL LIBRO "OVER AFRICAN JUNGLES". A LA DERECHA, LAS ESTATUAS DEDICADAS A LIVINGSTONE Y A STANLEY.



Jungles” de Martin Johnson, en el que se documentaba la expedición de más de 110.000 kilómetros que el mismo autor realizó por avión a través del continente africano, para conmemorar las empresas de Livingstone y Stanley. El Daily Herald de Londres promocionó el libro y Johnson describió brevemente la idea y algunos aspectos de la expedición: “We generally have a cocktail or a whisky and soda, for instance, with hors d’oeuvres...” (Generalmente bebíamos un cóctel o un whisky con soda acompañado con entremeses). Los medios de comunicación hablaron mucho de la expedición de Johnson y muchas fotografías fueron publicadas en los periódicos británicos de esa época. Además de algunas recetas que no tienen nada que ver con lo indicado, la versión más acreditada del Livingstone Cocktail es la que parece ser un Gin Martini con adición de azúcar para volverlo más suave. Con granadina en lugar del azúcar, se

obtuvo el contemporáneo Red Livingstone, dedicado al exalcalde de Londres de 2000 a 2008, Ken Livingstone, miembro de la llamada “izquierda extrema” del Partido Laborista. David Livingstone falleció en 1873 en Zambia, a causa de la malaria, la misma enfermedad contra la cual había luchado por mucho tiempo. Su cuerpo, llevado por sus fieles asistentes Chumah y Susi por más de 1800 kilómetros hasta Zanzibar, volvió a Inglaterra para ser enterrado en la Abadía de Westminster. En cambio, su corazón fue enterrado en el lugar donde había fallecido, en el lago Bangweulu, en Chitombal.

Fabio Bacchi

(Con la colaboración de 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

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A. - WWW.ONESTIGROUP.COM
vendite@onestigroup.com



150 AÑOS Y NO PARECE

El tónico aperitivo, aliado indisoluble del Vesper, todavía tiene un papel de protagonista

DE ALESSANDRO PALANCA

En 1953, Ian Fleming se encontraba sentado en su casa de Jamaica redactando la primera novela de James Bond "Casino Royale", en la cual está basada la película que lleva el mismo nombre. Bond pide al barista del

Casino un Martini seco, explicándole su receta. Bond: «A dry martini», he said. «One. In a deep champagne goblet». Bartender: «Oui, monsieur». Bond: «Just a moment. Three measures of Gordon's, one of vodka, half a measure of Kina Lillet. Shake it very



well until it's ice-cold, then add a large, thin slice of lemon peel. Got it?». Escena icónica conocida en el imaginario colectivo de la coctelería mundial.

Hay licores que sin duda tienen características distintivas e históricas. En el rito del aperitivo y en la cultura de los cocteles Lillet representa seguramente un producto que, al umbral de los 150 años de historia, todavía tiene un papel de protagonista. El Lillet está vinculado con la saga de James Bond y con el cóctel Vesper del cual es un componente característico.

En 1680, Jean Lillet se mudó, de Saint Morillon, en Gironde, donde nació, a Podensac, pueblo cerca de Sauternes. Podensac es un pequeño pueblo francés en el sur



LICORES
 AQUÍ ARRIBA,
 RAYMOND Y
 PAUL LILLET.
 ARRIBA, LA
 FÁBRICA Y
 ALGUNAS
 ANTIGUAS
 BOTELLAS DE
 LA MARCA.

de Burdeos. Durante el mismo año Paul y Raymond Lillet, hijos de Jean, propietarios de la Maison Lillet-Frères, fundaron una pequeña empresa familiar que comerciaba vinos, licores y golosinas. En esta empresa



originario de Brasil que llegó a Francia durante el reino de Luis XVI. Tras los descubrimientos de Louis Pasteur (1822-1895) las personas comenzaron a sentir gran preocupación por las enfermedades malarísticas. Los vinos tónicos que contenían quina se consideraban un excelente remedio contra la fiebre y los síntomas de la malaria. Pasteur afirmó que: «El vino se puede considerar, con buena razón, como el más saludable y el más higiénico de todas las bebidas».

elaboraron la primera versión del aperitivo homónimo, Lillet Blanc, destinado a ser conocido como Kina Lillet, esto porque contenía una dosis de China Peruviana muy inferior a la actual, la cual se redujo en 1986.

La costumbre de producir vinos tónicos en Burdeos probablemente fue introducida por un religioso, padre Kermann, médico

Fue en este contexto que los hermanos Lillet desarrollaron su producto. Blanco mientras que todos los demás eran tintos, único por la denominación específica de procedencia geográfica. Sin embargo, fue sólo a partir de 1887 que se pudo hablar de una real comercialización del Lillet, aunque sea limitada únicamente a la región de Burdeos. Este producto, resultado de

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
- Real Gourmet Cream of Coconut**
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



www.realingredients.com

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A. - WWW.ONESTIGROUP.COM
 vendite@onestigroup.com



una mezcla de vinos seleccionados combinados con licores de fruta, añejados en barricas de roble de 8 a 12 meses y de sabor reconocible, se convirtió en un producto de gran tradición en Burdeos, bebido

En la actualidad Lillet está clasificado como un vino tónico aperitivo, aromatizado, típico de la región de Podensac

en los eventos más importantes y en las recepciones oficiales.

En 1937, el artista francés Robert Wolff perfeccionó una famosa campaña publicitaria ideada para conquistar los Estados Unidos. Sin embargo, a raíz de la Segunda Guerra Mundial se retrasaron los planes

de la empresa que logró llegar a Estados Unidos sólo después de la Guerra. Al mismo tiempo el Lillet tuvo éxito en el mercado inglés, gracias a una versión más seca, elaborada alrededor de 1920, que podía mezclarse mejor con el Gin sumamente apreciado por los británicos. Todavía hoy el Lillet para el mercado británico es más seco que para el resto del mundo.

En 1970, la denominación Kina Lillet se sustituyó con Lillet, nombre más sencillo de la marca. Los motivos fueron varios. Evitar problemas aduaneros en Estados Unidos y además el término quina ya era usado por todos los competidores y no parecía ser adecuado para una marca que deseaba ser única. En 1962, Pierre Lillet, nieto de Raymond, amplió la gama con la introducción del Lillet Rouge para interceptar a los que aprecian los vinos tintos. Un lanzamiento especial de la cosecha de 1961, el Lillet Vieux, se presentó en 1972.

Después de recibir numerosos premios internacionales, en 1999 Lillet se convirtió en una de las 100 bebidas más vendidas de Francia. Es un resultado importante ya que se obtuvo en un país con un público de gusto sofisticado y atento a la calidad.

Como muchos otros productos históricos el Lillet cayó en el olvido o fue infrutilizado por un periodo prolongado. A partir de 2000, gracias a la nueva moda de la coctelería se volvió a descubrir y a valorar ocupando el lugar que merecía en la cultura de los cocteles.

En la actualidad, Lillet está clasificado como un vino tónico aperitivo, aromatizado, típico de la región de Podensac, de conformidad con los reglamentos UE. Se trata de una mezcla de un 85% de vinos de la región de Burdeos (Semillón para el Blanc y para el rosado, Merlot para el Rouge) y un 15% de licores, principalmente de cítricos (cáscaras de naranjas dulces de España y Marruecos y cáscaras de naranjas amargas verdes de Haití). La lenta maceración en alcohol extrae componentes sumamente importantes por su riqueza aromática. La mezcla aromática elaborada con el vino permanecerá en tinajas de roble durante varios meses. Esta fase se denomina "vinage". El Rosé se embotella



enseguida, no permanece en tinas de madera para mantener la frescura originaria. Durante el proceso de añejamiento, Lillet se trata como un vino de Burdeos (crianza, trasiego, filtrado, etc.).

La receta del Lillet fue modificada en 1985. En colaboración con la Universidad de Burdeos y con la aplicación de los más modernos métodos de enología, se desarrolló un producto con un equilibrio coherente entre acidez y dulzura, contenido de azúcar levemente reducido, prioridad del sabor frutado manteniendo al mismo tiempo una buena concentración de amargo de quina.

El Lillet Blanc es ideal para saborearse con hielo en cubitos y una rodaja de limón, se caracteriza por un color dorado, aroma floral y un sabor derivado de la combinación de naranja confitada, miel, resina de pino, fruta exótica, con un final fresco.



El Lillet Rouge tiene un estilo totalmente diferente, ya evidente por su color rojo rubí, tiene un sabor vinoso y con cuerpo, una estructura de naranjas frescas y notas de uva y fruta roja madura, vainilla y especias, es más complejo.

En 2011, llegó al mercado el Lillet Rosé, aroma de frutos rojos, pomelo y flores de naranja. Sabor fresco y frutado, con algunas notas de especias, agradable para saborear acompañado con una rodaja de pomelo rosado. Fue la respuesta de Jean Bernard Blancheton, master blender, a la solicitud de consumo por parte de las mujeres.

Los Réserve Jean de Lillet Blanc y Rouge merecen notas a parte. Para los Réserve Jean de Lillet se utilizan vinos AOC y el añejamiento en tinas de madera dura aproximadamente 12 meses. El Blanc es muy frutado y levemente floral, muy prolongado y elegante. El tinto tiene un color purpúreo, al paladar es lleno y suave, muy frutado con una nota más dulce que el Lillet Rouge. Ambas Réserve Jean de Lillet se pueden conservar durante 15-20 años.

Hoy Lillet, que no debe considerarse un Vermut, es el protagonista absoluto del rito italiano que conquistó el mundo, el aperitivo.

Alessandro Palanca

RECETAS LILLET



CONTESSA ROSA de Marco Macelloni - Franklin 33 - Lucca

INGREDIENTES

- 45 ml Lillet Rosé
- 30 ml Biancosarti
- 20 ml 7 Hills London Dry Gin
- 10 ml St. Germain

Técnica: throwing. Copa: copa de cóctel. Decoración: cáscara de pomelo rosado



VERSAILLES de Carlo Simbula - The Spirit - Milán

INGREDIENTES

- 40 ml VII Hills Gin
- 25 ml Lillet Rouge
- 15 ml Jarabe de Champagne*
- 10 ml Suze
- 2 chorros bitter de lima.

Técnica: stir & strain. Copa: copa vintage. Decoración: zumo de limón

*reducción 1:1 con azúcar



LI LÈ BON de Diego Cesarato - La Gineria - Mirano (VE)

INGREDIENTES

- 40 ml Lillet Blanc
- 10 ml rosoli Italicus
- 5 ml jarabe de azúcar
- 1 cucharada de bar Cynar de 70 Proof
- 1 chorro bitter de naranja
- hojas de menta

Técnica: build con hielo picado. Copa: Tumbler bajo. Decoración: cáscara de limón

EUPEPTICO DELL'ANACORETA de Elisa Favaron Palazzo delle Misture - Bassano del Grappa (VI)

INGREDIENTES

- 35 ml licor de cidro Cristallier
- 15 ml licor de genciana Rossi d'Angera
- 15 ml amargo Girolimino
- 7,5 ml rosoli de amapola Mistico Speciale

Técnica: build. Copa: OF. Decoración: manzana Pinova seca, granos de cacao de Venezuela desmenuzados





GINGERONI de Bearice Marri – Caffè Chieli – Sansepolcro (AR)

INGREDIENTES

- 40 ml de Lillet Rouge
- 15 ml Luxardo Dry Gin
- 2 gotas de Angostura sobre la cerveza de jengibre.

Técnica: build. Copa: OF. Decoración: cáscara de limón y rodaja de naranja



LILLETMANIA de Massimo Dabbicco – Mood – Bari

INGREDIENTES

- 30 ml Tequila Villa Lobos extra Añejo
- 20 ml Lillet Blanc
- 5 ml jarabe de agave 0,5
- 5 ml mermelada de naranja
- 1 ml zumo de lima

Técnica: shake & strain. Copa: copa Asti. Decoración: crusta de sal negro y naranja deshidratada



GALAXY de Dario Rutigliano – Cobbler – Cocktail and Dining Room Barletta

INGREDIENTES

- 25 ml Lillet Blanc
- 40 ml Whisky Johnnie Walker Rum Cask Finish
- 10 ml shrub limón bergamota hm
- 1 chorro Delizia Cannella Varnelli

Técnica: stir & strain. Copa: copa pequeña. Decoración: tomillo al limón



FIZZ A LA MARSEILLE de Mattia Paolini – Hotel Cipriani – Venecia

INGREDIENTES

- 50ml Citadelle Gin
- 30ml Lillet Rouge
- 30ml zumo de limón
- 5ml jarabe simple
- gota de Pernod
- 10ml bálsamo de naranja y llenar con soda

Técnica: shake & strain. Copa: Collins. Decoración: cáscara de naranja y anís estrellado



EVELYN CHICK Y CHERRY HEERING

Esta talentosa bartender habla libremente sobre su introducción desde muy joven a la belleza del diseño de las bebidas y sobre el reto de conmemorar el bicentenario del Cherry Heering en 2018

DE JENNY ADAMS

¿Qué sucede en un año? Muchos recuerdos a nivel personal. Sin embargo, durante algunos años ocurren cambios radicales, tanto positivos como negativos. Cherry Heering cele-

bra 200 años de actividad en 2018. Esto representa un hito que la marca conmemorará contactando con los bartender más ilustres del mundo, ofreciéndole a cada uno la posibilidad de elegir un año y divulgar su significado en cuanto no sólo

a la cultura de las bebidas sino también a la humanidad a nivel mundial.

Evelyn Chick nació en Hong-Kong y en la actualidad trabaja en Toronto, en el prestigioso bar Pretty Ugly en Queen Street. Es menuda, conocida por su amor por las bebidas a base de gin, su capacidad de elaborarlas y su famosa cálida sonrisa, representó la elección natural por parte de Cherry Herring en este proyecto. Eligió el año 1841, hay mucho que decir sobre los hechos ocurridos durante este periodo.

El año 1841 fue muy importante a nivel mundial. En Nueva York, fue probado el primer camión de bomberos a vapor de Estados Unidos. Nueva Zelanda fue declarada colonia independiente de Nueva Gales del Sur y la Queens University en Ontario, Canadá obtuvo su Carta. Sin embargo, para Asia, los años anteriores a 1841 fueron tiempos de agitación, guerra, crisis provocada por el narcotráfico y un desequilibrio comercial.

Para comprender plenamente este periodo, es necesario analizar el siglo XVIII y principios del siglo XIX. Europa estaba atravesando un período de demanda elevada de importaciones chinas, especialmente té, porcelana y seda. Los chinos querían obtener rápidamente la plata, que importaban de Europa. Sin embargo, para los británicos que importaban dicha plata, las ventas estaban restringidas por ley al puerto meridional de Cantón y esto creaba tensión.

Para eludir estas normas, los operadores comerciales de la compañía Británica de las Indias Orientales comenzaron a subastar opio a operadores comerciales independientes en cambio de la plata británica. Luego la droga llegó hasta la costa y la parte interior de China central.

HEERING®

-The Original-
CHERRY LIQUEUR

Esto no sólo produjo un aumento de la adicción al opio en esta región, sino también un grave desequilibrio comercial. Todo esto culminó en 1839, en la que se conoce como la Primera Guerra del Opio, que duró de 1839 a 1842.

Fue en 1841 que China cedió la isla de Hong Kong a los británicos, firmando oficialmente el Tratado de Nanking en 1842. La isla y sus habitantes se convirtieron en una colonia del Imperio británico. Permaneció bajo la Gran Bretaña hasta 1997.

“Aunque la historia que llevó a este hecho fue un baño de sangre a partir de la Guerra del Opio, el flujo de inmigrantes europeos hizo que este pequeño punto de parada militar creciera hasta convertirse en una ciudad internacional rica culturalmente, con una población de 7.300.000 de habitantes,” declaró Evelyn Chick, que se crio en Hong Kong hasta la edad de 15 años y escogió este año fundamental, el 1841, para la inspiración y elaboración de su coctel, el Bad Blood.

Elaboró una hermosa mezcla de Laphroaig Select Scotch, LBV Port, media onza de Cherry Heering y tres cuartos de onza de vermut dulce español.

“El coctel Bad Blood representa el ra-



yo de esperanza y crecimiento que viene de un hecho aparentemente devastador,” declara Chick. Es un pequeño juego de palabras con el famoso Blood & Sand, sin el cítrico. El Oporto le da a la bebida la acidez necesaria.

LA RECETA

BAD BLOOD

INGREDIENTES

- 1 oz Laphroaig Select
- 0.5 oz LBV Port
- 0.5 oz Cherry Heering
- 0.75 oz Vermut dulce español

Verter los ingredientes sobre un cubo de hielo grande en una copa Old Fashioned, agitar para diluir y añadir la cáscara de una naranja en la superficie para que se liberen los aceites.

Chick es conocida por sus ejecuciones simples de sabores complejos en una copa, trabaja para adaptar sus menús a los paladares de sus invitados, tanto en el bar Pretty Ugly como en su hogar para sus huéspedes. En efecto, su fascinación por el diseño de bebidas comenzó a una edad muy temprana, durante su infancia en Hong Kong. Chick recuerda que a menudo acompañaba a sus padres cuando organizaban reuniones de negocios y servía una variedad de hermosos vinos, Martinis, Oporto y whisky escocés.

“Quería participar y encontraba siempre la manera de acoger a los socios comerciales extranjeros de mi padre, preparando cocteles en la casa sin haber hecho ninguna prueba. Por lo tanto, me interesé en los licores y en el vino a una edad temprana”, declaró entre risas.

Cherry Heering fue una de las bebidas que conoció temprano, aunque sólo de nombre. “Recuerdo la fascinación por el Singapore Sling, y el estatus económico que conllevaba saberlo pedir en un bar”, recuerda Chick. Una admiración precoz llevó a un momento importante para Chick en Asia, al florecer su carrera.

“Hace algunos años tuve el privilegio de ser la primera bartender invitada al Long Bar en el famoso Raffles Hotel de Singapur durante la inauguración de la Singapore Cocktail Week. Fue increíble ver la cantidad de Singapore Slings que salió de ese bar para servir a clientes de todo el mundo. Realicé un menú alrededor del Cherry Heering y tuve el placer de hacer algunos Singapore Slings usando la receta original en el bar en el que fue creado. Fue una experiencia que estaba en mi lista de deseos”, declaró Chick.

Jenny Adams

JUST BORN IN 2016
AND ALREADY MULTI-AWARD
WINNING RUMS.

— RARE PROOF 20 YEARS OLD —



— RARE PROOF 18 YEARS OLD —



— RARE PROOF 13 YEARS OLD —



Rum Malecon

RARE PROOF

MALECON RARE PROOF RUM...

AS STRONG AS A GENTLEMAN!

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



DRINK RESPONSIBLY!

— OUR COMPLETE RANGE: —

20 years old - 48.4% alc. vol.
18 years old - 51.7% alc. vol.
13 years old - 50.5% 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.



ANGOSTURA
aromatic bitters




MONKEY
SHOULDER
100% MALT WHISKY MADE FOR MIXING




Rhum J.M



WOODFORD
RESERVE



OLD
FASHIONED
WEEK

La Old Fashioned Cocktail Week está de moda en todo el mundo 1-10 de noviembre de 2018

Siempre ha sido un clásico pero nunca ha pasado de moda, esto es de lo que trata la Old Fashioned Week. En 2018, fomentaremos la innovación pero también un poco de polémica positiva: "Alguien por un coñac Old Fashioned tal vez". Bartenders de todo el mundo homenajearán al padre de todos los cócteles, el Old Fashioned, y mostrarán su versatilidad en cócteles clásicos y modernos durante diez días en noviembre. La Old Fashioned Week (OFW), considerada la celebración global y anual de la coctelería, aumenta este año su impacto. En 2018, la OFW cuenta con embajadores en 13 zonas de todo el mundo, para cubrir así casi todas las ciudades con una mayor cultura del cóctel. Este grupo de expertos en destilados y divulgadores ayudarán a inspirar a los bares para servir los Old Fashioned más clásicos, innovadores, originales, prémium o, incluso, más arriesgados. Su objetivo es hacer crecer la leyenda que ha convertido este cóctel en el más perdurable y popular en los mejores locales de todo el mundo (como en los World's 50 Best Bars). Todos los bares están invitados a participar registrándose en la web del evento hasta el 20 de octubre. Ya está todo listo para la Old Fashioned Week, que tendrá lugar entre el 1 y el 10 de noviembre de 2018. Seguro que esos días los amantes de la coctelería pronunciarán con frecuencia estas palabras en sus bares favoritos: "Prepárame un Old Fashioned".

Novedades para 2018: más participantes, impacto, inversión e incentivos

La Old Fashioned Week tiene como objetivo involucrar a 1200 bares en 48 países (en 2017 participaron 800 locales). Ha florecido desde su modesto concepto a una fecha de agenda mundial, gracias a sus creadores Michael Landart, del popular bar de barrio Maria Loca en París, y al entusiasta del ron Cyrille Hugon, que fundó Paris Rum Fest y la revista Rumporter. Este año, el evento cuenta con el apoyo internacional de seis marcas patrocinadoras: Angostura Bitters, el ron Havana Club, tequila Altos (solo en Estados Unidos), el ron agrícola de Martinica Rhum J.M., el whisky escocés Monkey Shoulder y, como novedad para este año, Cognac Ferrand y Woodford Reserve Borbón que aportará algo de innovación a nuestro cóctel favorito. Los locales tendrán que servir cócteles Old Fashioned preparados con al menos dos de estas marcas. Los consumidores podrán disfrutar de eventos, promociones y mucha diversión. Las coctelerías y tiendas autorizadas podrán anunciar sus actividades en la página web de la Old Fashioned Week y mostrar sus creaciones a través de sus redes sociales #OFW18. Los consumidores podrán descargarse invitaciones y disfrutar de consejos de famosos bartenders. Se premiará al mejor Old Fashioned del mundo, en función del contenido en vídeo que se genere y el impacto que logre el bar en su ciudad. Cyrille Hugon, cofundador y director de la Old Fashioned Week, explica: "El mundo adora un cóctel Old Fashioned bien preparado. Este año hemos expandido nuestra entusiasta red de embajadores y queremos involucrar a más bares de calidad y a más bartenders. La Old Fashioned Week es una celebración de la cultura del cóctel y del talento de los bartenders. También tiene como objetivo promover la innovación y provocar animadas conversaciones



entre los consumidores. Nuestro deseo también es ayudar a los bares a atraer consumidores y hacer crecer su negocio. En todas las ciudades hay locales que ofrecen ron y whisky de calidad en sus cartas. Los bebedores más sofisticados seguirán siendo fieles a sus cócteles Old Fashioned y una nueva generación de clientes, que buscan probar elegantes cócteles clásicos, acudirán a estos locales”.

Cómo se creó la Old Fashioned Week

Se preguntó a los locales de la lista de los ‘World’s 50 Best Bars’ cuál era el cóctel que más vendían. La respuesta fue de nuevo: “El Old Fashioned”. La Old Fashioned Week se lanzó en 2015. Aquel año participaron 50 de los mejores bares de Francia, que se convirtieron en 180 bares de 14 países en 2016 y en 800 el año siguiente. La OFW es un evento en el que pueden participar todos los establecimientos que sirvan cócteles de calidad y sean apasionados de la cultura del cóctel. La iniciativa incluye eventos y masterclasses organizadas por los bares participantes y las marcas patrocinadoras. Es una celebración también para los consumidores, con el fin de ayudarles a entrar en el exuberante mundo de este cóctel que no pasa de moda, preparado a la perfección. 2017 fue un éxito. Número de bares participantes: Estados Unidos y México: 88, Sudamérica: 32, Europa: 578, Sudáfrica: 2, Asia: 100, Australia: 2

Cómo preparar un clásico Old Fashioned

Vaso: Old Fashioned

4 cl de espirituoso a elegir entre bourbon, ron, whisky de centeno, whisky escocés o coñac Un golpe de Angostura bitters

Un terrón de azúcar Una piel de naranja

Una cereza al Marrasquino

Majar en el vaso el terrón de azúcar con la Angostura y un golpe de soda durante un minuto. Añadir el espirituoso y llenar el vaso de hielo. Decorar con la piel de naranja y la cereza. El sabor en boca debe ser frutal y con cierta dulzura y acidez, pero dejando que los sabores puros y potentes del espirituoso destaquen en la copa. Generalmente es un cóctel corto y debe decorarse siempre.



PALLINI
- ITALIA -

DRINK RESPONSIBLY