

BarTales

ANNO VI | N. 3 | NOVEMBRE 2018

Face to Face
TUTTO IL MONDO
È MIXOLOGY

Report
BERLINO: FOCUS
SULL'ITALIA

Liquid story
ORGOGGIO GAELICO

BAR STORY

**NEW YORK: NASCE
IL BARTENDING**

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
SALVIAMO LE BIONDE
- 6** **News** DAL MONDO
- 10** **Face to Face** di Melania Guida
«TUTTO IL MONDO È MIXOLOGY»
- 14** **Bar Story** di Luca Rapetti
NEW YORK: NASCE IL BARTENDING
- 28** **Liquid Story/1** di Luca Rapetti
ORGOGGIO GAELICO
- 40** **Liquid Story/2** di Alessandro Palanca
PASSIONE E ANTICHI SEGRETI
- 48** **Hot Spirit** di Fabio Bacchi
DALL'ORZO ALLA BOTTIGLIA
- 62** **Report/1** di Giulia Arsellì
BERLINO: FOCUS SULL'ITALIA
- 72** **Report/2** di Alessandro Palanca
SPIRITO CALDO
- 84** **How to Feel** di Giovanni Ceccarelli
SE UN SOLIDO DIVENTA LIQUIDO (E VICEVERSA)
- 88** **Zoom/1** di Valentina Rizzi
LE BOLLICINE DEL CRÉMANT
- 94** **Zoom/2** di Hayden Wood
1921, ALEX KRATENA
- 102** **Book corner** di Alessandro Palanca
TUTTI I DRINK DI BOND



10



14



28



40



48



62



84



72



88



94



ANNO VI | N. 3 | NOVEMBRE 2018

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giulia Arsellì, Giovanni Ceccarelli,
Alessandro Palanca, Luca Rapetti,
Valentina Rizzi, Hayden Wood**

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

JEFFERSON'S

OCEAN

AGED AT SEA



RIDICULOUSLY SMALL
BATCH BOURBON

imported and distributed by

PALLINI

KENTUCKY STRAIGHT
BOURBON WHISKEY
VERY SMALL BATCH

45% ALC./VOL. (90 PROOF) · 700ML

Ole Smoky
Tennessee
Moonshine

C'MON
LIVE A LITTLE

WWW.OLESMOKY.COM



IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI · BEVI OLE SMOKY RESPONSABILMENTE

SALVIAMO LE BIONDE

La notizia è di quelle che offuscano improvvisamente il buonumore: la birra, meglio la coltivazione dell'orzo, potrebbe essere a rischio. La colpa è del clima, meglio dei cambiamenti climatici. Dal momento che l'orzo (cereale con il quale viene prodotta la gran parte delle birre e del Whisky) è particolarmente sensibile al caldo, l'aumento delle temperature, la conseguente siccità potrebbero avere effetti devastanti sulle "bionde". Fatti due conti, se la tendenza al rialzo delle temperature non dovesse arrestarsi, sarebbe inclusa nella forbice tra il 3% e il 17% la diminuzione del raccolto a causa di quello che viene definito *global warming*, il riscaldamento globale. Così che, sempre secondo i calcoli, il consumo globale di birra potrebbe calare del 16% e il prezzo aumentare dal 100% al 656%. Un disastro per i *birra lovers* e per l'evoluzione delle nuove tendenze. Alla dodicesima edizione del BCB, il Bar Convent Berlin (a pag. 62), il più grande evento europeo per la mixology e la spirit industry, che quest'anno ha puntato i riflettori sul meglio della produzione italiana è stato infatti presentato il "Beermouth", una delle novità più significative della kermesse. Un incrocio tra Vermouth e birra, meglio un Vermouth che sostituisce al vino la birra, firmato da Birra Baladin, che pur ispirandosi alla tradizione del Vermouth, innesta le tredici botaniche selezionate su una birra da 14% vol. chiamata Xyauyù. A conferma, clima permettendo, del grande momento che vive la birra. Che, tra non molto, dovrebbe fare capolino anche al "Merano Wine Festival", un degli appuntamenti più prestigiosi del mondo del vino. È l'idea di Helmuth Köcher (a pag. 10) vulcanico patron della kermesse enogastronomica che in attesa di dedicare alla birra una sezione speciale ha puntato quest'anno, con "Spirits Experience", sulla mixology. Convinto che era ormai giunto il momento di assegnare un podio anche a spiriti e distillati. Prosit!



MARTINI LOVERS

È nata “Martini and Friends”, una community di amanti del più iconico dei cocktail. Presentata a Roma, al The Gin Corner dell’Hotel Adriano di Barbara Ricci, l’associazione oltre Ricci ha tra i fondatori Francesco Rosi e Roberto Petronio. Presidente onorario dell’associazione non poteva che essere Mauro Lotti. Un impegno codificato già dallo statuto: «diffondere la cultura, la storia, lo spirito e la passione del Dry Martini». «È la meraviglia del cocktail Martini», ha detto Mauro Lotti. «Non è soltanto un cocktail, è un punto di riferimento, uno stile di vita. I modi di farlo sono infiniti e ogni “martiniano” pretende che il suo Martini sia il migliore del mondo e finché questo esiste il Martini andrà avanti».



COPPIA DI STILE

Disaronno® torna con una nuova limited edition, Disaronno Wears Trussardi, in cui prendono forma la passione e l’eleganza di due brand che rappresentano lo stile italiano nel mondo. Dopo il successo delle passate edizioni del progetto Disaronno® Icon, nato 6 anni fa sotto la direzione artistica di Vogue Italia e che celebra la collaborazione del brand con le più prestigiose firme della moda italiana, l’ultima Edizione Limitata si conferma un irrinunciabile must per gli amanti della moda. “Disaronno Wears Trussardi” è stata presentata a Milano al Cafè Trussardi.

NEL SEGNO DEL CUCULO

Dalla collaborazione tra Andy Holmes, fondatore di Artisan Spirits e il master blender di Torino Distillati, Carlo Vergnano, è nato Cuciello Vermouth di Torino, disponibile in due espressioni, bianco e rosso. «Carlo ha molti anni di esperienza e conoscenza della categoria Vermouth, che è semplicemente eccezionale», ha detto Holmes. L’attività di famiglia di Carlo risale ai primi anni 1920 e Carlo stesso completò la sua tesi di Master sulla produzione di vermouth nel 1957. Il marchio e il design di Cuciello sono ispirati al cuculo migratore, che viaggia ogni anno dall’Africa occidentale alla Scozia.



TOP JOHNNIE

Sono solo 100 le bottiglie di John Walker Masters' Edition, il primo Whisky di 50 anni di Johnnie Walker, distribuite al prezzo di US \$ 25.000. Il blend è composto da Whisky di sei distillerie operative durante la vita di John Walker, che visse dal 1805 al 1857. I malti di Glen Albyn, Glenury Royal e Blair Athol sono stati miscelati con i grain Whisky di Caledonian, Cambus e Port Dundas. Di queste distillerie solo Blair Athol rimane operativa. John Williams, direttore generale del brand Johnnie Walker, ha dichiarato: «I Whisky 50yo sono molto rari. A questa età hanno un carattere incredibile, ma ci vuole una grande abilità per rivelare il loro sapore e poi bilanciarli in modo che le persone possano apprezzare il risultato finale».



NON SOLO VINO

La grande novità della ventisettesima edizione del “Merano Wine Festival”, dal 9 al 13 novembre nelle sale del Kurhaus Palace della cittadina alpina, sarà la presenza di “Spirits Experience”, un’area dedicata al meglio della spirit industry nazionale con un calendario ricco di masterclass, tasting e mixology. Ci sarà anche una cocktail competition dedicata ai 150 anni della Distilleria Varnelli. “Spirits Experience” è un evento in collaborazione con MWF, BarTales Magazine, Jerry Thomas Project e Whisky & Co Roma.



CINQUANTA PIÙ UNO

Tanti sono i compleanni di un bar di culto come il Bar Basso. Era il 13 ottobre 1967 quando Mirko Stocchetto, celebre barman del Posta di Cortina, acquistò il locale portando a Milano la cultura del bere. Che era quasi sconosciuta e che assunse l’aura mitologica con l’invenzione del Negroni Sbagliato (uno spumante al posto del Gin) diventato il best seller di uno degli indirizzi più trasversali della Milano da bere. In una sola parola: un’istituzione.



PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

www.pellegrinispa.net

f Pellegrini Spa - @pellegrinispa1904

BEVI RESPONSABILMENTE



Il rum Navy Island, selezionato e distribuito in Italia da Pellegrini S.p.A., prende il nome dall'omonima isola, dalla quale eredita anche il caratteristico spirito giamaicano.

Situata al largo di Port Antonio, Navy Island è stata storicamente usata come base dalla marina britannica per poi diventare una delle più belle isole della Giamaica e di tutti i Caraibi.

I rum giamaicani sono caratterizzati da lunghe fermentazioni, anche di più settimane, che sviluppano un'enorme quantità di congeners e consentono a questi distillati di posizionarsi fra i più aromatici del mondo. La distillazione in alambicchi pot-still a doppia storta permette di estrarre gli aromi prodotti, conferendo al rum corpo, oleosità e freschezza che evolveranno sapientemente con lunghe maturazioni nel caratteristico clima tropicale.

La gamma Navy Island comprende due imbottigliamenti ottenuti da un accurato blend di tre diversi rum, provenienti da altrettante storiche distillerie: **Hampden Estate**, **Monymusk** e **Worthy Park**. I rum selezionati sono prodotti in piccoli batch e seguono il tradizionale stile giamaicano. La maturazione avviene in botti ex-bourbon per periodi differenti, così da bilanciare al meglio gli aromi presenti nel blend.

La grande aromaticità di Navy Island e il suo gusto floreale lo rendono un ingrediente perfetto per la miscelazione. Un Daiquiri con XO RESERVE può acquisire profumi e complessità sorprendenti, mentre il NAVY STRENGTH è perfetto per dare il giusto sprint nella miscelazione Tiki.

TASTING NOTES

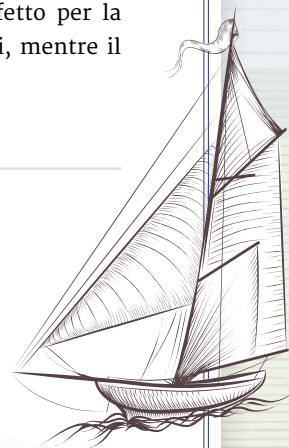
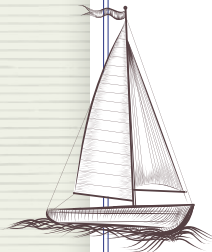
Navy Island "XO RESERVE" – 43% ABV

Aromi e profumi in linea con lo stile dell'isola, sentori di frutta tropicale, caramello e vaniglia. Il corpo spesso e oleoso viene rinfrescato da note floreali e di solvente, che sfumano in un lungo finale, intenso e persistente.

Navy Island "NAVY STRENGTH" – 57% ABV

L'alta gradazione conferisce intensità e potenza nello sprigionare gli aromi. Note profonde di frutta matura, toffee e cioccolato. Notevole spessore e oleosità bilanciate da freschi aromi balsamici e di smalto. Finale lungo e intenso.

Curiosità: con il termine "navy strength" si fa riferimento alla gradazione alcolica di 57% ABV, corrispondente a 100 proof britannici. Questa gradazione veniva usata per il rum caricato sulle navi della marina britannica ed era l'esatto grado alcolico sopra il quale la polvere da sparo bagnata con lo stesso rum prendeva fuoco, diventando un eventuale comburente in battaglia.





«TUTTO IL MONDO È MIXOLOGY»

Helmuth Köcher e quell'irrefrenabile
attitudine per l'eccellenza

DI MELANIA GUIDA

Quando gli chiedo che cosa lo ha fatto diventare un “cacciatore di vino”, un winehunter, come lui stesso ama definirsi, Helmut Köcher, elegante e altissimo signore al-

toatesino, mi spiazza raccontandomi di efficienza e organizzazione. Del Comune di Merano, dove è stato dirigente del personale di quella deliziosa cittadina tra le Alpi. «Non c'era più spazio al cimitero

– dice con quell'inconfondibile accento teutonico l'ideatore e patron del "Merano WineFestival", una delle kermesse più esclusive del mondo del vino – bisognava riorganizzare tutto nei minimi particolari. E io sono fatto così: ho un'attenzione speciale al più piccolo dettaglio. Ho riorganizzato il tutto e ottimizzato le risorse».

Scusi, ma il vino? Galeotto non fu il Bordeaux? «Ah, certo. Il vino è una passione. Una grande passione. Ma senza l'attitudine all'organizzazione... Poi c'è la creatività che è il motore di tutto. Quel lavoro, al Comune, sacrificava un po' la mia fantasia».

Così, con quella passione respirata fin da bambino (la nonna cresciuta in un'azienda vitivinicola e cuoca al servizio di nobili famiglie), l'indomito Helmut che tra l'altro è membro attivo della FIC – Fondazione Italiana Cuochi, ed è Chevalier de l'Ordre des Coteaux de Champagne, inizia ben presto a organizzare degustazioni di vini nei ristoranti più prestigiosi dell'Alto Adige. Tant'è che nel 1992, insieme a due amici, fonda "Gourmet Club Alto Adige" e inaugura la prima edizione del "Merano Wine Festival".

Giunti alla 27ª edizione (dal 9 al 13 novembre nelle splendide sale liberty del Kurhaus) quanto è soddisfatto? «Dopo 27 edizioni, confesso che c'è una certa routine. Penso che si possa fare di più. Individuare altre tematiche. L'essenziale non è visibile agli occhi, diceva Antoine de Saint-Exupéry». Cosa ha in mente? «Penso all'Estremo Oriente. Raggiungere quei mercati dove il vino italiano è molto conosciuto ma poco considerato». Spieghiamo meglio. «In Giappone, per esempio. Siamo surclassati dai vini francesi. Succede anche in Cina. Ma adesso si presenta una buona chance. Dal primo



gennaio 2019 l'accordo bilaterale della Comunità europea abolirà i dazi: per i vini italiani è un'occasione da non perdere». Anche per lei? «Infatti. Mi piacerebbe ritagliarmi uno spazio di coordinamento e attraverso un piano strategico riuscire ad aumentare le quote di vendita». Giappone o Cina? «I giapponesi possono capire meglio qualità ed eccellenza che sono il nostro forte. I cinesi sono troppo abituati a copiare».

Nel 2013 ha indetto il Merano Wine and Culinary Award (che dal 2017 è "the WineHunter Award"), il grande concorso enologico e culinario che ogni anno vede la partecipazione di oltre 5.000 prodotti enogastronomici. Chi è esattamente il "WineHunter"? «Un cacciatore. È colui che ricerca, scopre, condivide eccellenze figlie del perfetto connubio fra passato e futuro. È chi è in grado di riconoscere e apprezzare solo il meglio, in ogni sua forma».



Prossima caccia? «Vorrei scoprire qualcosa di diverso. Conoscere vini nuovi. In fondo il vino è come una donna, come un uomo. Non si conoscono mai completamente. Cambiano, invecchiano. Sono sempre diversi».

C'è anche il cambiamento climatico che è una sfida impegnativa. Se ne parlerà durante il festival? «Certo. Sarà la novità di questa edizione. Avremo uno spazio dedicato al PIWI Wine, (acronimo

tedesco per pilzwidestandsfähige Rebsorten, varietà resistente ai funghi), i vini prodotti con vitigni resistenti alle malattie e che stanno già ottenendo buoni risultati, dall'Alto Adige alla Sicilia. Si tratta di vitigni prodotti da incroci fra viti europee e americane. Il vantaggio è che permettono al viticoltore di ridurre la chimica nel vigneto». E il gusto? «I PIWI moderni danno vini abbastanza sorprendenti in determinate condizioni di crescita e consentono ai bio-viticoltori una produzione vinicola più rispettosa dell'ambiente. Del resto, al momento, è una possibile risposta al cambiamento climatico che stiamo vivendo e saremo costretti a vivere per i prossimi decenni. Pensiamo al Sangiovese: con uno o due gradi in più rischia di perdere completamente l'identità».

Quest'anno, per la prima volta, il festival ospiterà "Spirits Experience", una sezione dedicata alla mixology. Ha una passione anche per gli spirit? «È un settore che mi ha sempre affascinato. Nel 1997 lanciai "Acquavite" una piccola sezione all'interno della kermesse che però non ebbe il successo sperato. Durò due anni. Ma evidentemente il pubblico non era ancora pronto. Poi un paio di anni fa ho visto scoppiare la bolla del Gin. Il distillato è ormai ovunque. Così ho pensato che era giunto il momento di assegnare un podio anche agli spirit».

Che drink ama bere un wine lover come lei? «Tutto quello che evidenzia la creatività. Penso a un vino rosso corposo miscelato con un piccola percentuale di Riesling... Qualcosa di sempre nuovo, diverso. Capace di produrre un'alchimia perfetta. Amo Merlino. E poi non è forse vero che tutto è mixology? Il mondo stesso è mixology!».

Melania Guida

UNSWEETENED, UNCOLORED, UNCHILL FILTERED.

MEZAN

THE UNTOUCHED RUM

NOTHING TO ADD.

NOTHING TO HIDE!

UNTOUCHED



HEDONISM
SIGNATURE COCKTAIL

THE HEDONISTIC BLEND OF OUR FUNKIEST RUMS

MEZAN THE UNTOUCHED RUM

XO

CRAFTED IN
JAMAICA

UNSWEETENED NO ADDED SUGAR UNCOLORED NATURAL SHADES UNCHILL FILTERED

Aged at its very best, this rum has a pungent nose with fresh banana and sweet spice and a surprisingly light palate that shows complex spice with hints of tobacco.

40% VOL 70CL e

BATCH N° 5002



POST CARD
CORRESPONDENCE

*Flavor of J. G. P. of L. M.
for the... of the rum*

INFO@GHILARDISELEZIONI.COM



BEVI RESPONSABILMENTE

WWW.MEZANRUM.COM / MEZANRUM / @ / f



NEW YORK: NASCE IL BARTENDING

Un mitico hotel e un bar leggendario
nel cuore della grande mela (1^a parte)

DI LUCA RAPETTI

Quando può essere datata la nascita del bartending moderno negli USA? La genesi del bar in America rimanda alla Louisiana di Jacques Lafitte e alla sua Blacksmith

tavern crocevia di traffici illeciti di ogni tipo. Se intendiamo il bar come concetto di stile e servizi tipici della hospitality industry di alto livello dobbiamo spostarci in quella New York che tra la prima e se-



conda metà dell'800 ebbe uno sviluppo mai visto prima.

Cato Alexander e la sua taverna rappresentano il prototipo del bar a New York. Poi vi fu Orasmus Willard del City Hotel, uno degli esempi di bartender divenuti personaggi pubblici insieme a Jerry Thomas. Ma bisognerà aspettare la nascita dell'Hoffman House e del suo bar diretto da Charles Mahoney per avere idea dello sviluppo dell'ospitalità a New York. Questa è la storia di quel mitico hotel e del suo bar.

Caratterizzata dalle imponenti strutture architettoniche, la complessa rete metropolitana, gli altissimi grattacieli che si stagliano verso il cielo quasi facessero a gara per chi arriva più in alto, New York ebbe la prima fase di sviluppo nella prima metà del 1800 quando si



NEW YORK
IN ALTO, LA
HOFFMAN
HOUSE.
QUI SOPRA,
L'INCENDIO
DEL 1835.

verificarono due catastrofici incendi. Il primo nel 1835, l'altro nel 1845, causarono la distruzione di interi quartieri e la conseguente perdita di ingenti risorse economiche. L'opera di ricostruzione,



unita alla determinazione e alla volontà di rinascita della popolazione locale, permise alla città di risorgere, questa volta con un occhio più proiettato ad attrarre investitori, e quindi maggiori capitali, dall'estero.

Grande impulso arrivò soprattutto dall'inizio dei lavori di costruzione di Central Park nel 1858 che terminarono

nel 1876, cambiando fortemente l'aspetto della città e la qualità di vita dei suoi abitanti. La mancanza di adeguate strutture ricettive spostò quindi l'attenzione sulla costruzione e lo sviluppo di hotel che potessero rispecchiare la crescita economica newyorkese e fungere da biglietto da visita per la clientela internazionale.



SEVEN
HILLS
ITALIAN DRY GIN

In perfetto Stile italiano.

VII HILLS
ITALIAN DRY GIN

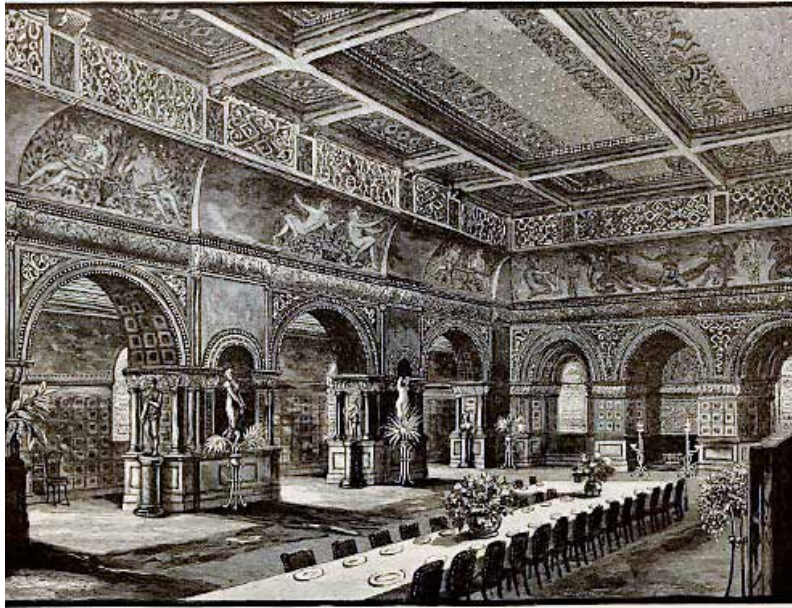


BERE RESPONSABILMENTE

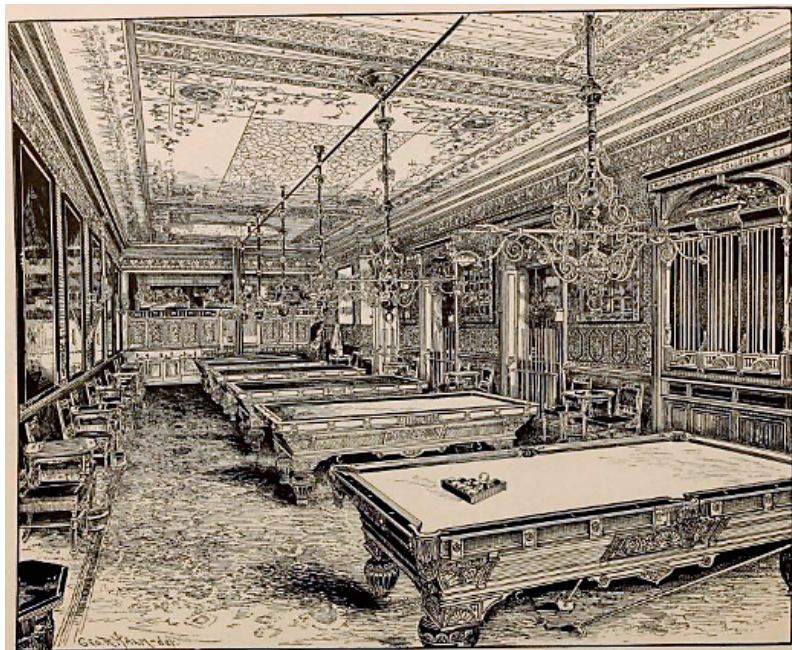
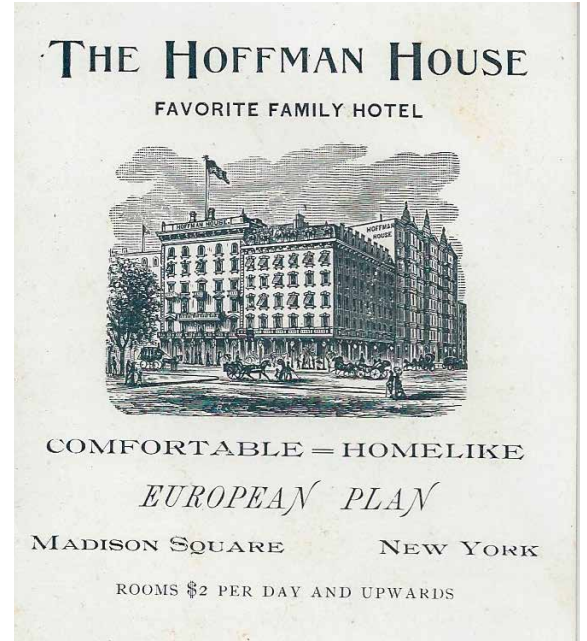
SEVEN
HILLS

ITALIAN DRY
GIN

#VIIHILLSGIN #ITALIANDRYGIN
WWW.VIIHILLS.CO.UK



GRAND BANQUET HALL.



THE BILLIARD ROOM.

Nel 1860, nell'area urbana compresa tra Broadway e Fifth Avenue, tra la 24esima e 25esima strada, venne stabilita la costruzione di quello che sarebbe diventato uno dei più famosi e celebrati hotel degli Stati Uniti d'America: l'Hoffman House. Il progetto di questo lussuoso hotel sorse su due diverse proprietà, rispettivamente quella di Samuel Verplanck Hoffman, noto avvocato e rispettabile

uomo d'affari che gestiva un vero e proprio impero terriero in città, e quella di R.J. Livingston. Entrambe furono gestite da Daniel D. Howard, il quale si mise in società con altri due collaboratori, Read e Wall, fondando la "Read, Wall & Company", gestita dallo stesso Howard.

I lavori di costruzione durarono ben quattro anni e finalmente nel 1864 Hoffman House aprì al mondo le porte delle sue 212 camere. Due anni dopo Howard dovette ritirarsi in pensione e la società venne rinominata "Mitchell & Read". Nel 1871 Read, che aveva solo 35 anni, rimase l'unico proprietario alla guida dell'Hoffman House che nel corso degli anni si stava ingrandendo sempre più attraverso l'acquisto dei palazzi adiacenti. Nel frattempo la fama di questo hotel richiamava personaggi politici, attori, uomini d'affari e altre personalità di spicco che si recavano in città. Per citarne alcuni, Grover Cleveland, Buffalo Bill Cody, Tony Pastor, John L. Sullivan ed il Generale Winfield Scott. Hoffman House divenne in particolare il luogo di ritrovo preferito dai militanti democratici



EXCEPTIONAL AGED
PUERTO RICAN RUM

DON Q DOUBLE AGED VERMOUTH CASK FINISH RUM



Innovation has always been at the heart of the Serrallés family creative approach. **Don Q Double Aged Vermouth Cask Finish** rum ventures beyond the expected and offers aficionados an innovative new way to enrich their cocktail experience.

Aging: First aged for 5 to 8 years in American white oak barrels, this rare blend of rums is then finished for 4 to 6 weeks in 600 liter Mancino Vecchio vermouth Italian oak casks crafted in Canelli-Asti, Italy. This double aging process imparts a unique complexity and richness of flavor not found in any other Puerto Rican rum.

Proof: 40% ALC/VOL, 80° proof

Tasting Notes: You immediately uncover the rich, aromatic essence and flavor as the first sip coats your palate. It's in the interaction between the rare aged rums and the sweet vermouth-soaked wood barrel where you will find hints of cherry and raisins, honey, dark chocolate and vanilla all adding to its unique experience.

Serving Suggestions: An exceptional rum best enjoyed neat or on the rocks.



ed anche da coloro che ruotavano attorno al circuito delle scommesse sportive.

Lo stile architettonico e il design interno resero Hoffman House un hotel di fama internazionale. Il suo stile era ispirato al Rinascimento Italiano, con l'utilizzo di pietre di alta qualità che adornavano la hall, le scale e la maggior parte delle camere. La scelta dei colori, degli arredamenti,

dei tessuti e la massiccia presenza di ornamenti e oggetti lo rendevano una vera e propria galleria d'arte.

La Grand Banquet Hall era un salone di grandi dimensioni caratterizzato da una volta imponente e molto alta, nel qua-

le si serviva la cena accompagnata da una musica di sottofondo. Una vera orchestra, composta da ben 30 musicisti e unica nel suo genere in tutti gli Stati Uniti, era situata nel ristorante dedicato alle donne e bambini. Vi erano anche nu-



merose sala per eventi privati, come le Orange Room, Moorish Room e Oriental Room, tutte decorate e arredate seguendo stili diversi e che quindi creavano atmosfere particolari e adatte ai differenti gusti dei clienti. La Bridal Chambers era una suite composta a sua volta da ben sette camere, tutte finemente decorate e che potevano essere messe in comunicazione tra di loro per creare un unico grande appartamento.

Proprio la struttura dei vari piani dell'hotel rendeva l'Hoffman House innovativo rispetto alle costruzioni contemporanee. La triste lezione imparata dai cittadini di New York dopo i due incendi citati in precedenza, aveva mostrato come il fuoco si potesse propagare con facilità e rapidità tra i piani di uno stesso edificio e anche tra edifici adiacenti. Hoffman House invece era stato costruito e

Lo stile architettonico e il design innovativi resero Hoffman House un hotel di fama internazionale

1890



GAMONDI

ROB ROY ALLA SISIMBRO

by *FABIO CAMBONI*



SCOPRI LA RICETTA SU
WWW.GAMONDI.IT
OPPURE
INQUADRA IL **QR CODE**



BEVI RESPONSABILMENTE

CELEBRATORS OF JOKE AND LAUGH.

IT'S TIME TO THINK

BEYOND SERIOUS.

BEYOND STRAIGHT FACES

LED LIPS.

EVERYONE TO BE HAD.

THIS MOMENT.

MOMENT MAY BE.

STOKE.



IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARABBI - BEVI REVEL STOKE RESPONSABILMENTE

FINE FANCIES IN DRINKS.

SEDUCTIVE COMBINATIONS WITH WHICH
ARTISTS TICKLE PALATES.

More Than 150 Ways for a Man to Say
What He'll Have—Men Who Have
Drinks Named After Them—Western Men
Fond of Complicated Mixtures With
Nightmare Names—Styles Getting Hotter.



THE bartender of the present day who claims pre-eminence in his profession must be a man of no ordinary attainments. It is not enough that he should know how to mix with skill the ordinary sour and cocktail and fizz, but his knowledge of the science of these seductive and mysterious combinations must be so profound and exact that he can at will tickle his patron's palate with a new inven-

tion, and originate a style if necessary, for there are fashions in drinks just the same as in cravats and trousers. In a word, the modern barkeeper, as, for example, the gentleman who presides behind the counter at the Hoffman House, must be prepared to meet on demand at least one hundred and fifty different drinks. All these drinks are in everyday use, and may be ordered at any time, and not one of them is out of date to such an extent that a well-regulated barkeeper could plead its obsolescence were he called upon to make it.

Of course there are a great many tipplers who seldom go anything but straight drinks, but for every one who indulges solely in plain liquor there are fifty who prefer a mixed drink in the shape of a sour, or a fizz, or something with bitters in it, which is known in common parlance as the cocktail. It is said, and with truth apparently, that Mr. William F. Mulhall, the head barkeeper at the Hoffman House, is the most proficient artist in his line in the metropolis. At any rate, his repertoire is something almost phenomenal and his services are regarded as so



EDWARD A. STOKES.

la presenza di scale antincendio esterne che creavano vie di fuga verso i palazzi adiacenti e infine una soletta costituita da cemento e abbastanza spessa da poter isolare due appartamenti posti su piani diversi, in modo da non far propagare fiamme e calore.

Per quanto riguarda le altre aree comuni a disposizione dei frequentatori dell'hotel, vi erano una Billiard Room, composta da ben sei tavoli di quercia pregiata e tutti finemente decorati, un Gentleman Cafè, dove si poteva fumare, e una sala di lettura. Ulteriore impulso allo sviluppo e alla crescita di Hoffman House giunse con l'ingresso in società nel 1881 di Edward Stiles Stokes, già cliente abituale dell'hotel sin dai primi anni '70.

In seguito a una condanna per l'omicidio del suo socio in affari James Fisk,

sviluppato con criteri antincendio, che si basavano sostanzialmente su semplici soluzioni: l'utilizzo di pietra e non legno come rivestimento per buona parte delle aree dell'hotel, una struttura delle scale costituita da acciaio, pietra e cemento,



HOFFMAN HOUSE

QUI SOPRA IL SALOON. A DESTRA, COME VERSARE UN COCKTAIL, FOTO TRATTA DA H.H. BARTENDER'S GUIDE.

Stokes venne rinchiuso nel carcere di Sing Sing e poi in quello di Auburn sino al suo rilascio nel 1876. A questo punto ci si potrebbe interrogare sul motivo per il quale Read avesse deciso di mettersi in società con una persona che aveva subito una condanna penale. In realtà il motivo era puramente legato ad affari economici. Infatti, quando Stokes venne condannato cedette una parte dei suoi averi a Read, il quale glieli custodì sapientemente facendoli fruttare investendoli nell'hotel. Una volta libero Stokes venne inserito in società da Read per ripagarlo della somma investita.

In quanto ex frequentatore dell'hotel, Stokes sapeva dove concentrare la sua attenzione per richiamare la clientela che ricercava e pretendeva il lusso. Il suo progetto più grande fu quello di dedicare tre piani della struttura a quella che oggi chiameremmo la Spa dell'hotel: ambienti riccamente arredati, soffitti decorati in oro, scalini per le piscine rivestiti in marmo e temperatura dell'ac-



qua che poteva essere regolata anche di un grado alla volta, numerosi tappeti a rivestire il pavimento e altri complementi d'arredo in materiali pregiati scelti personalmente da Stokes. Un medico era a disposizione dei clienti per qualsiasi consulenza.

Con lo sviluppo del telegrafo e il conseguente intensificarsi delle comunicazioni su larga scala, all'interno dell'Hoffman House vennero aperti gli uffici della "Commercial Cable Co", quello della "Bankers and Merchants Telegraph Company" e anche uno sportello postale. Qui era quindi possibile inviare telegrammi in qualsiasi zona del mondo raggiunta da questo nuovo mezzo di comunicazione. Era un importante servizio per la clientela dell'hotel.

RUM APPENA NATI NEL 2016
E GIÀ PLURIPREMIATI.

RARE PROOF
INVECCHIATO 20 ANNI



RARE PROOF
INVECCHIATO 18 ANNI



RARE PROOF
INVECCHIATO 13 ANNI



Rum Malecon

RARE PROOF



RUM MALECON RARE PROOF...
**INTENSO COME
UN GENTLEMAN!**

*Una nuova famiglia al giusto "high proof",
con una gradazione forte ma equilibrata
che esalta il sapore del rum.
Dedicata ai veri amanti dei distillati!*

BEVI RESPONSABILMENTE

LA NOSTRA GAMMA COMPLETA

- Invecchiato 20 anni - 48.4% vol.
- Invecchiato 18 anni - 51.7% vol.
- Invecchiato 13 anni - 50.5% vol.

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

SAVIO
CHOOSE. TASTE. ENJOY.



la sala bar che misurava ben 300 metri quadrati e che, per la ricchezza di stile, dettagli e decorazioni veniva spesso considerata una mostra d'opere d'arte. In un certo senso questa impressione non era del tutto errata poiché vi si potevano trovare anche alcune vere opere, una tra tutte il dipinto "Ninfe e Satiro" del pittore francese William-Adolphe Bouguereau (1873), acquistato da Stokes per l'allora somma di 10.010,00 \$ presso un'asta privata del collezionista John Wolfe.

Lo scalpore che il soggetto di questo dipinto aveva sempre suscitato lo rese il perfetto biglietto da visita non solo per i clienti del bar, che erano solamente di sesso maschile e quindi apprezzavano i soggetti nudi, ma divenne ben presto uno dei marchi caratterizzanti Hoffman House, tanto da essere riprodotto sul coperchio della scatola dei sigari della casa, l'Hoffman House Perfecto.

Luca Rapetti
(1 - Continua)

ARTE
QUI SOPRA
L'OPERA DEL
PITTORE
FRANCESE
WILLIAM-
ADOLPHE
BOUGUEREAU
"NINFE E
SATIRO"
RIPRODOTTO
SUL
COPERCHIO
DELLA SCATOLA
DI SIGARI
DELLA CASA,
L'HOFFMAN
HOUSE
PERFECTO.

Per quanto riguarda il settore del F&B, la cantina dedicata ai vini e ai vari distillati e liquori contava una tra le più grandi collezioni del paese e le cucine erano attrezzate con i più moderni apparati, inclusi montacarichi, frigoriferi, serbatoi per acqua e anche un efficientissimo impianto di ventilazione, che garantiva un costante volume di aria pulita nelle cucine stesse.

Ma il focus principale di Stokes era

Extra Añejo

20 Años



Dove tutto è nato

Questo rum costituisce un'esclusività concepita nel 2000 per omaggiare il 485° anniversario della fondazione della città, Santiago de Cuba, culla del "Ron Ligerò".

BEVI RESPONSABILMENTE.

vicead.it

ERC
SUN SPIRITS

Importato e distribuito in esclusiva da:

ERC SUN SPIRITS

Via Aldo Moro 1, 38062 Arco (TN) - info@ercsunspirits.it - Tel 0464 036117

www.ercsunspirits.it

ORGOGGIO GAELICO

Alternativa al Drambuie, esprime al meglio la vera tradizione “highland”

DI LUCA RAPETTI

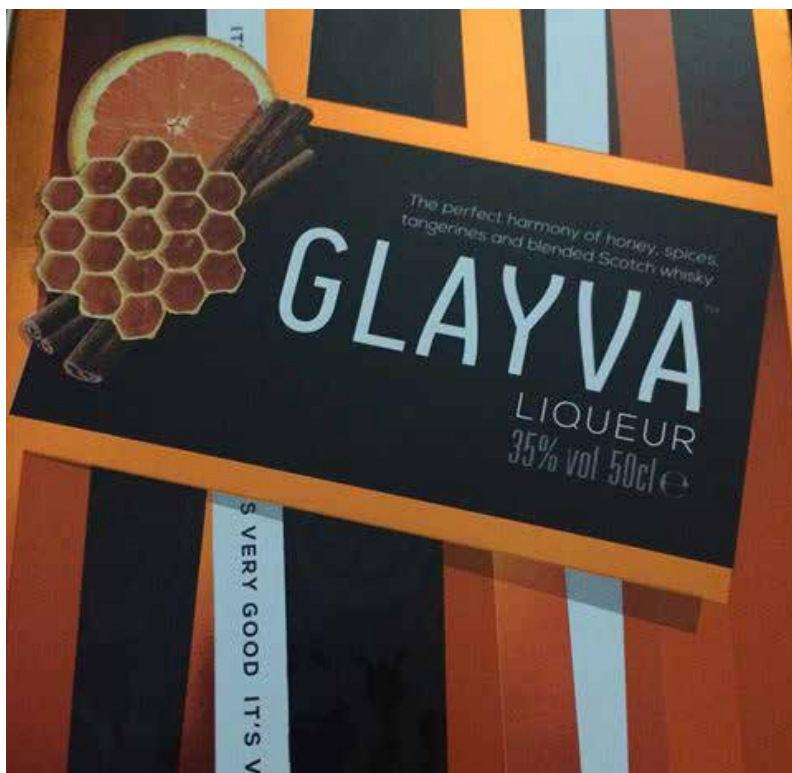
I commercio via terra e mare è stato uno dei fulcri dell'evoluzione umana. I centri abitati che godevano di una posizione geografica strategica, facilmente raggiungibile, si svilupparono grazie alle attività commerciali. Nonostante risulti localizzata nella parte settentrionale della Gran Bretagna, la città di Edimburgo è stata testimone di una crescita economica importante negli ultimi trecento anni, soprattutto grazie alla

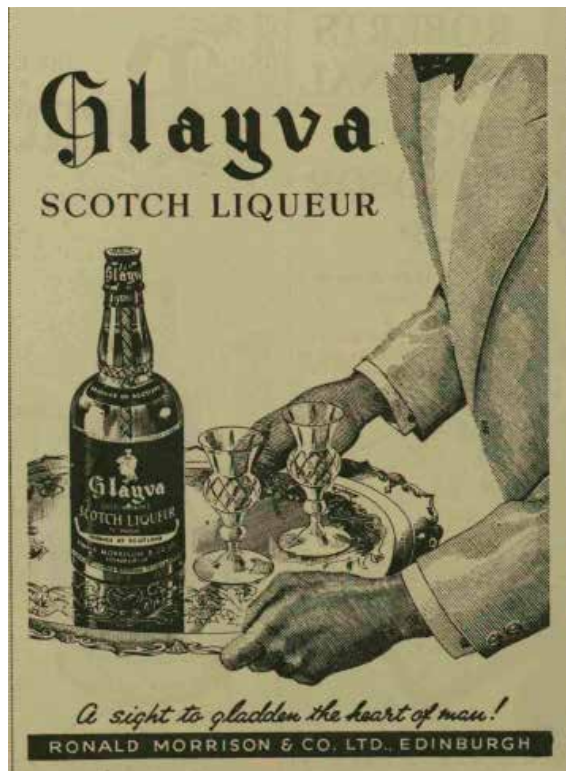
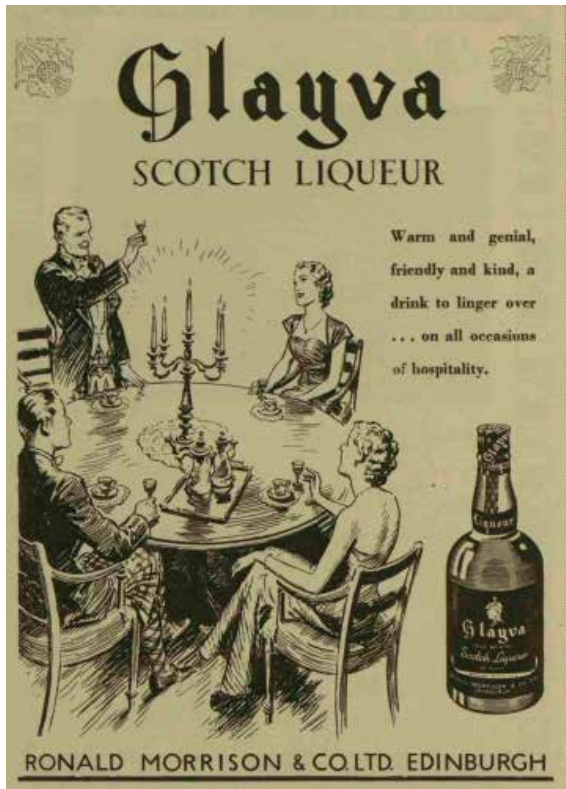
vicinanza con il porto marittimo di Leith.

Incorporata nella municipalità di Edimburgo nel 1920, Leith ha ricoperto il ruolo di principale porto scozzese sin dal XIV secolo, sebbene oggi abbia perso questo prestigio. Il suo sviluppo avvenne in particolar modo durante il 1800, quando furono costruiti numerosi moli di attracco per i mercantili provenienti da Europa e oltremare. Tra questi il Queen's Dock (1817), il Victoria Dock (1852), l'Albert Dock (1869), l'Edinburgh Dock (1881) e l'Imperial Dock all'inizio del nuovo secolo (1904).

L'espansione territoriale del Regno Unito faceva confluire merci di ogni tipo dai territori del Commonwealth e conseguentemente il porto di Leith diventò il fulcro per l'economia di Edimburgo e dell'intera Scozia. Numerosi commercianti aprirono le loro attività in prossimità dell'area portuale proprio per godere della disponibilità delle materie prime più varie e sconosciute. A tal proposito si potrebbe ricordare perfettamente la storia di Lauchlan Rose e del suo Cordial Lime, che proprio in questo porto fu concepito.

Più recente è invece la storia di un modesto commerciante di vini, proveniente dall'Isola di Lewis, a nord ovest





STORIA
 QUI SOPRA, A SINISTRA, RONALD MORRISON FIRVA BLEND. A DESTRA, RONALD MORRISON KKC BRAND BLEND (CORTESIA DI MINIBOTTLELIBRARY.COM). NELLE FOTO A SINISTRA DUE PUBBLICITÀ DEL 1951 E DEL 1956. QUI ACCANTO IL MARCHIO REGISTRATO.

della Scozia, che nel 1950 registrò la sua attività “Ronald Morrison & Co” nella categoria “generi alimentari” all’indirizzo n.100 Constitution Street a Leith. Il suo nome era John Ronald Scott Morri-

son, residente al 34 di Ravelston Dykes a Edimburgo. Qualche anno prima, precisamente nel 1947, creò la ricetta di un liquore che ancora oggi rappresenta fieramente le sue origini scozzesi: il Glay-



Glayva
Scotch Liqueur

Have you tasted Glayva? Have you experienced the pleasure and satisfaction that a glass of this Scotch Liqueur can give? Glayva in Gaelic means "Very Good", and that it lives up to its name you will quickly discover when you

ASK FOR "GLAYVA"

RONALD MORRISON & CO LTD EDINBURGH



THEY COME TO YOU FROM SOUTH AFRICA'S CHOICEST VINEYARDS

"K.K.C" *South African*
WINES

"K.K.C" SOUTH AFRICAN
S H E R R Y

"K.K.C" SOUTH AFRICAN
TAWNY WINE

"K.K.C" SOUTH AFRICAN
WHITE WINE

LOOK FOR THE KNIGHT
ALL 14/6 THE BOTTLE

*With all the
Goodness of the Grape!*

RONALD MORRISON & CO. LTD. EDINBURGH

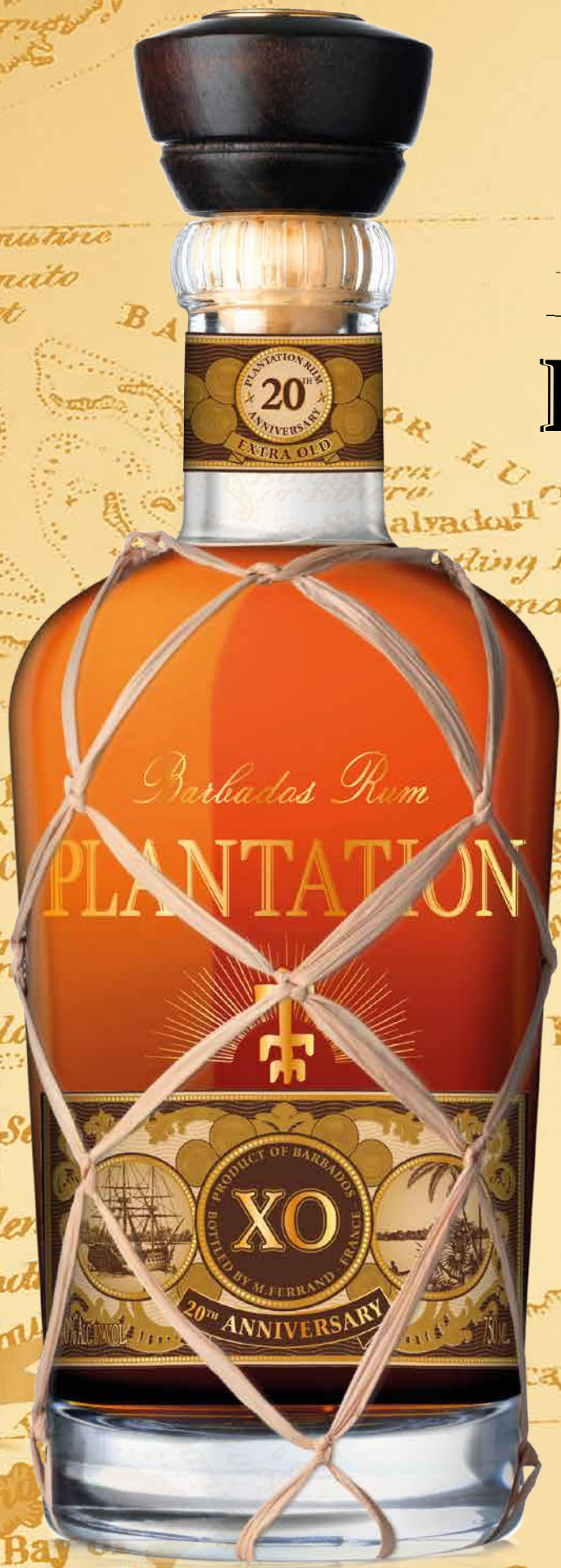
assaggiò per la prima volta quel liquore che riscaldava l'animo.

Obiiettivo di Morrison e del suo socio in affari, il chimico George Petrie (1911-1997), era creare un liquore che rappresentasse la tradizione del loro paese e che potesse riscaldare e confortare lo spirito dei loro clienti. Sino a quel momento Morrison aveva già maturato una certa esperienza nel commercio di vini, soprattutto per quelli provenienti da Francia e Sudafrica, inoltre era inserito nel settore dei Whisky con dei propri blend

STORIA

IN ALTO, UNA PUBBLICITÀ. A DESTRA IL SIMBOLO DEL CLAN BORTHWICK. IN BASSO, RONALD MORRISON & CO 1949.

va. Un nome emblematico ma carico di significato, derivato dall'espressione gaelica "Gle Mhath", che tradotta significa "molto buono". Questa fu l'esclamazione che uno dei collaboratori di Morrison, che era solito assumere personale che parlava soprattutto gaelico, esclamò quando



PLANTATION

— RUM —

IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI - BEVI PLANTATION RUM RESPONSABILMENTE

WWW.PLANTATIONRUM.COM

Prawn Salad

Fruity flavour

- 1 1/2 msr Pimm's No.1
- 1/3 msr Glayva
- 1/3 msr Mandarine Napoléon
- 1/3 msr scotch
- 4 msr lemonade

Add to ice-filled glass.

Garnish: fruit in season, add straws.



Rusty Claymore: A variation on the Rusty Nail that uses Glayva instead of Drambuie.

RICETTE

IN ALTO:
PRAWN SALAD
(THE CLASSIC
1000
COCKTAILS BY
ROBERT CROSS
2003).
QUI SOPRA:
RUSTY
CLAYMORE
(CLASSIC
COCKTAILS A
MODERN
SHAKE BY
MARK
KINGWELL
2006).

che divennero popolari a partire dagli anni '60. Il Morrison's Special Reserve, il Firva e il K.K.C., acronimo di "King's Knight Cap". Una miscela di Single Malt e Grain Whisky era la base del suo liquore, a cui si aggiungevano miele, oli essenziali vegetali e spezie. Data la sua conoscenza del distillato la scelta di utilizzare Whisky era ovvia.

Oltre a Morrison e Petrie la ricetta per la preparazione del Glayva era in possesso di sole altre due persone: Michael e Gordon, i due figli di Morrison stesso. Nonostante la ricetta fosse creata nel 1947, i primi articoli pubblicitari sui quotidiani non comparvero prima degli inizi degli anni '50, quando Glayva cominciò a essere inserito costantemente sui più importanti giornali, tra cui il "Illustrated London News". La tradizionale bottiglia, che richiamava la sagoma delle bottiglie di Scotch Whisky, accompagnava scene di vita quotidiana, per esempio, una giovane coppia che seduta a contemplare il caldo fuoco di un camino brindava con due piccoli ed eleganti calici del dolce liquore "In the Best Highland Tradition".

Un forte legame con la tradizione lo si ritrovava specialmente nell'originale etichetta raffigurante, al di sopra del nome del liquore, il profilo della testa del



Master Borthwick, uno dei clan scozzesi più antichi e assimilati alla storia dei regnanti di Scozia.

Il 25 agosto 1330 Sir William Borthwick combattette al fianco di Lord James Douglas e dei cosiddetti Scots. Questi ultimi erano Simon Lockhart di Lee, William Keith, Robert Logan di Restalrig, Walter Logan, Kenneth Moir, William St Clair di Rosslyn e John St Clair. Gli Scots si diressero a Teba, in Spagna, per sostenere l'esercito di Re Alfonso XI di Castiglia contro le truppe saracene che stavano minacciando tutte l'Europa e,

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE
— ITALIAN HERITAGE —



Vermouth di Torino Superiore

Realizzato in Piemonte con i migliori ingredienti naturali, in gran parte raccolti sulle colline e sulle montagne che circondano la nostra distilleria.

WIN A BOTTLE OF GLAYVA

Take a selfie on our Glayva stand today on Princes Street, Edinburgh, post on twitter using [#glayvamoment](#) & follow us [@glayvaliqueur](#) for your chance to win.

Draw closes: 21.11.16. UK residents & over 18s only.
10 winners each receive 1 x 50cl bottle.
Full Ts & Cs: [facebook.com/glayva](https://www.facebook.com/glayva) Please drink responsibly.



per volere di Robert The Bruce, incoronato Re di Scozia nel 1306 e morto nel 1329, portarono con loro il cuore del re defunto come portafortuna. L'esito della battaglia fu la sconfitta degli scozzesi e solo due sopravvissuti, Sir William

Keith and Sir Simon Lockhart, riportarono in patria i resti dei compagni caduti. Proprio la "testa del Moro" fa parte ancora oggi dell'emblema del clan Borthwick a ricordo dell'impresa.

Il 21 dicembre 1954 la Ronald Morrison & Co con sede a Leith, ormai

parte della città di Edimburgo, registrò ufficialmente il suo marchio presso l'ufficio di competenza americano. Depositò anche il marchio del Glayva definendolo "Scotch Liqueur". Glayva fu inserito in alcuni importanti ricettari di cocktail,

come "The U.K.B.G. Guide to Drinks" del 1953 e in "Shaking in the 60's" di Eddie Clarke del 1963, e intensamente pubblicizzato negli anni 60 e 70. Tuttavia dovette sempre fare i conti con un altro storico liquore scozzese, anch'esso a base di Whisky, la cui storia tuttavia affondava ancor più in profondità le sue radici nella cultura scozzese: il Drambuie. Molti libri infatti, compresi quelli precedentemente citati, alla voce Glayva riportavano la dicitura "liquore simile al Drambuie" e questo certamente non giovò al liquore di Morrison. Fu così che verso la fine degli anni '80 vennero indetti alcuni concorsi dedicati ai lettori del quotidiano "Liverpool Echo" che mettevano in palio una bottiglia di Glayva, corredata da una tradizionale fiaschetta ed una tazzina pieghevole da viaggio, per coloro che avrebbero risposto correttamente ad alcune domande relative al liquore stesso. Altre iniziative simili vennero organizzate anche negli anni '90 e nei primi anni del XXI seco-

Inserito in alcuni autorevoli ricettari, lo "Scotch Liqueur" dovette sempre fare i conti con lo storico Drambuie

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



Tradizione, Terroir, Persone

Vermouth realizzato in Piemonte con i migliori ingredienti naturali, in gran parte raccolti sulle colline e sulle montagne che circondano la nostra distilleria.

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE
— ITALIAN HERITAGE —



Gin Del Professore

Realizzato in Piemonte con i migliori ingredienti naturali, in gran parte raccolti sulle colline e sulle montagne che circondano la nostra distilleria.

BEVI RESPONSABILMENTE

delprofessore.it

GLAYVA

A TASTE OF EDINBURGH

Crafted by the Edinburgh whisky merchant, Ronald Morrison, the recipe for Glayva remains unchanged from the day it was first made on the docks of Leith in 1947. Morrison created a rich, warm and balanced liqueur using a blend of spices, tangerines and honey, all harmonised with blended Scotch whisky. And the rest, well, it's history...

GLAYVA. AT THE END OF THE DAY, IT'S VERY GOOD

www.glayva.com

Please enjoy responsibly
drinkaware.co.uk
for the facts

lo, incluse alcune cocktail competition, che tuttavia non riuscirono a mantenere il prestigio che questo prodotto aveva raggiunto pochi decenni prima.

Oggi Glayva viene principalmente distribuito sul mercato britannico e resta ancor saldamente presente nella maggior parte di pub, ristoranti e cocktail bar

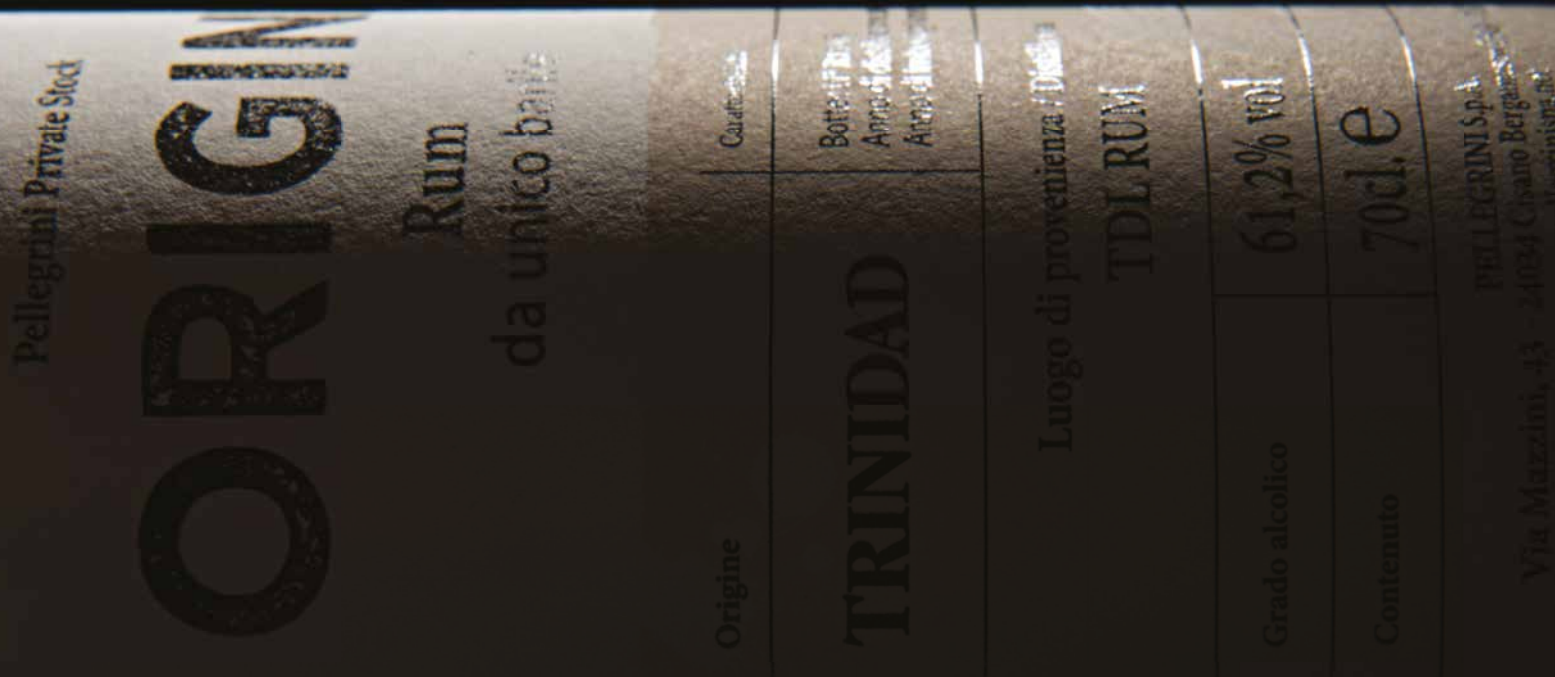
scozzesi, dove la gente locale ed anche qualche curioso turista ha la possibilità di scoprirne e assaporarne il caratteristico gusto, con note di mandorle, anice e arancia del mediterraneo. Un sapore unico, nella miglior tradizione delle Highland.

Luca Rapetti

PPS

PELEGRINI PRIVATE STOCK

Top Quality Spirits



PELEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

www.pellegrinispa.net

 Pellegrini Spa -  [pellegrinispa1904](https://www.instagram.com/pellegrinispa1904)

BEVI RESPONSABILMENTE

ORIGINI

Pellegrini Private Stock

STORIA E RADICI DELLE DISTILLERIE CHE HANNO CAMBIATO IL RUM.

La produzione di un distillato passa da una serie di operazioni calcolate e controllate; un'equazione semplice, con una grande incognita.

Quando lo spirito entra nella botte, il genio dell'uomo incontra il proprio limite: da lì in poi non esistono calcoli validi, la natura deciderà il destino del nostro rum.

L'imprevedibile evolversi dell'invecchiamento è una miscela di caos ed equilibrio.

Ogni barile è a sé, un racconto dello stesso autore,
un libro nel quale cambia sempre il finale.

**Il progetto ORIGINI nasce per parlare di diverse nazioni
– Barbados, Giamaica, Guyana, Trinidad -
diverse distillerie e diverse botti.**

**Nasce per catturare in bottiglia il carattere di ogni singolo rum
e assaporare la sua storia a ogni sorso.**

I rum della gamma "Origini" vogliono mantenere il più possibile il carattere originario del distillato, così come viene prodotto. Pellegrini S.p.A. seleziona con criterio ogni singola botte, importandola in Italia in modo da controllarne l'imbottigliamento e mantenerne intatte le qualità. I barili, infatti, vengono imbottigliati a gradazione piena senza diluizione (cask strength) e senza alcuna aggiunta di coloranti o aromi artificiali, per non alterare l'intensità e il gusto del vero rum. Un prodotto sincero e senza compromessi che ci permette, un sorso alla volta, di viaggiare oltreoceano per assaggiare le vere "Origini" del rum.

PASSIONE E ANTICHI SEGRETI

Un mix di botaniche, liquirizia e caramello per il dolce spirito portoghese

DI ALESSANDRO PALANCA

I vino Porto e Cristiano Ronaldo sono due tra i più rappresentativi ambasciatori del Portogallo. Nella spirit industry esiste, però, un'altra storia portoghese che da più di un secolo continua ad affascinare. Una storia che nasce in un mondo magico fatto di sentimento e formule segrete. Per raccontarla bisogna fare un salto nel passato.

Fine del 1800, Lousa, Portogallo. Storia

vuole che un non meglio identificato commerciante di vino arriva in città, conosce la figlia del farmacista locale, si innamora, si sposano. Oltre le solite droghe nella farmacia si vendevano anche liquori naturali e curativi, ottenuti da antiche ricette. Contemporaneamente veniva promulgata una legge che permetteva la produzione di liquori non necessariamente per scopi curativi. Il commerciante colse l'ocasio-





ne per modernizzare e avviare la produzione commerciale del liquore e allestì un piccolo laboratorio. Era un tempo in cui i processi tecnologici rendevano reali i sogni più ardimentosi.

Sempre a Lousa, il 26 aprile 1916, nacque tale Josè Carranca Redondo. Questo giovane dal roseo futuro imprenditoriale si adattò a diversi lavori. Nel 1929 era impiegato in una cartiera prima di essere

assunto in quella piccola azienda che produceva quel liquore locale. Questo liquore avrebbe assunto il nome Beirao nel 1929. Il nome sarebbe stato scelto dopo la partecipazione del prodotto a un concorso a Castelo Branco, nella provincia di Beirao. È da quel momento che il liquore comincia ad assumere una sua identità territoriale legata al Portogallo.

All'alba della Seconda Guerra mondiale le tensioni sociali ed economiche causarono una crisi dalla quale Josè, con incredibili doti imprenditoriali, avrebbe colto la sua occasione. La fabbrica dell'ormai Licor Beirao, sull'orlo della chiusura e con i licenziamenti avviati fu comprata da Josè Carranca. Era il 1940 e Josè iniziò a commercializzare il liquore in un periodo in cui la gente faticava anche per comprare il cibo. Josè era appena ventenne, in questa avventura aveva investito tutti i suoi risparmi e il suo futuro. Ormai in possesso della ricetta segreta del liquore Josè, aiutato dalla moglie, si lanciò anima e corpo nell'impresa. Nacque la J. Carranca Redondo Ltd i cui interessi si sarebbero espansi anche in altri settori tra cui, una





fabbrica per la produzione di giocattoli e un'agenzia pubblicitaria, settore al tempo nuovo, molto importante e in crescita, nella quale Josè applicò la sua creatività per promuovere Licor Beirão.

Grazie alle affissioni cartellonistiche e alla pubblicità che ne derivava il Licor Beirão guadagnò significative fette di mercato in tutto il Portogallo diventandone il liquore nazionale. Il decennio degli anni '50 fu il periodo d'oro per il Licor Beirão che era presente praticamente in tutti i

bar del Portogallo. Alcuni cartelloni pubblicitari sarebbero divenuti iconici. Come quello raffigurante un semplice cartello con "Licor Beirão, il liquore del Portogallo" in un paesaggio rurale. Quello più controverso, al tempo, al punto da essere censurato perché ritraeva una

majorette in stile americano, con maglietta e calzoncini rossi molto corti e aderenti e mostrando la sua pancia.

Un altro esempio della visione creativa di José Carranca Redondo furono una serie di adesivi che veicolavano messaggi in tono umoristico. Tra questi, un adesivo

posto nei bar, sulle porte delle toilette per uomini che recitava "Non dimenticare di tirare su la cerniera". Cinquanta anni dopo questo messaggio era ancora visibile in tutti i ristoranti di New York.

Con i suoi messaggi che recavano la pubblicità di Licor Beirão, José Carranca intendeva omaggiare quei valori che riteneva pertinenti al suo prodotto: irriverenza e umorismo. A proposito di irriverenza in uno dei suoi messaggi qualcuno lesse un sottinteso riferimento al dittatore portoghese Antonio de Oliveira Salazar. Infatti una linea di punch usava il messaggio "O Beirão de que todos gostam" (quello di Beira che tutti amano) contrapposto al comune dire "quello di Beira che non tutti amano". Presumibilmente Salazar lo sapeva già prima che uscisse, ma sembra che sorridesse all'audacia di José Carranca.

In tempi recenti sono stati utilizzati dei sosia di alcuni politici europei. La curiosa pubblicità natalizia ritrae una caricatura del Primo Ministro francese Nicolas Sarkozy che regge in mano una bottiglia di Licor Beirão. La didascalia recita "Caro Nicolas, il Portogallo sta facendo del suo meglio". Il messaggio continua incitando i consumatori a comprare prodotti nazionali per Natale. Era un modo per sdrammatizzare la situazione poco felice dell'econo-

La pubblicità di Licor Beirão era un omaggio ai valori pertinenti al prodotto: irriverenza e umorismo

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.



f t i PaulJohnWhisky
pauljohnwhisky.com

BEVI RESPONSABILMENTE



nia portoghese. Un'altra pubblicità ritraeva la Cancelliera Tedesca Angela Merkel con lo stesso spirito.

Il Licor Beirão è un liquore alle erbe realizzato con 13 tra botaniche locali e altre provenienti da India, Sri Lanka, Turchia, Mozambico, Brasile, e di altre ex colonie di influenza portoghese. Lo spirito è ottenuto con distillazione discontinua in alambicchi di rame prima di divenire liquore unendosi a liquirizia e caramello che rendono Licor Beirão molto apprezzato dalle donne e da coloro che preferiscono il dolce al gusto amaro, molto versatile, miscelato con acqua tonica, in mixology o dopo i pasti.

La ricetta del Licor Beirão è segreta sin dalla fine del XIX secolo, la formula è tramandata ancora oggi dalla famiglia Redondo di generazione in generazione. La magia del Licor Beirão avviene nella tenuta di Meiral, a Lousa, dove si realizza tutto il processo di selezione e lavorazione delle erbe aromatiche e la produzione del liquore. Dodici ettari di superficie sono adibiti alla coltivazione delle botaniche locali per la produzione di Beirão. La sua gradazione è di 22°. Dal colore giallo ambra, l'aroma di Licor Beirão presenta note





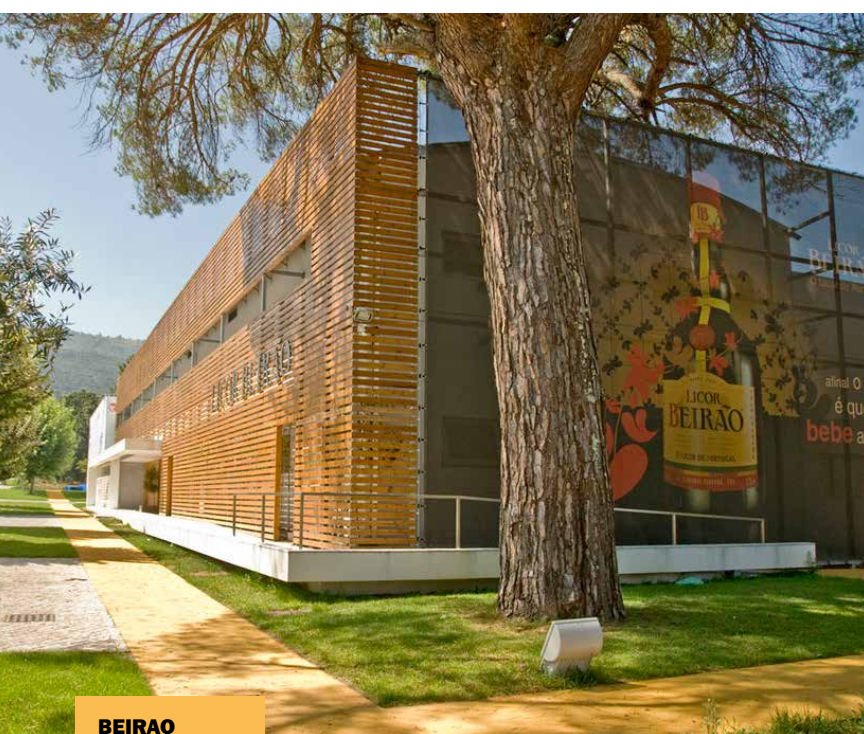
DIPLOMÁTICO

RUM



REDISCOVER RUM.
DISCOVER DIPLOMÁTICO.

RONDIPLOMATICO.COM



di finocchio, rosmarino e arancio, associate ad una varietà di spezie tra le quali emergono la cannella e il cardamomo. Il sapore è delicato, deliziosamente dolce e piacevole, coinvolgente.

José Carranca Redondo è morto il 15 giugno 2005, all'età di 89 anni. Quotidianamente era a Quinta do Meiral, a Louisa per partecipare attivamente alla vasta gamma di attività dell'azienda, dalla produzione al marketing. La figura di José Redondo Carranca resta legata al mondo dei liquori e alla pubblicità del Portogallo. Nella bar industry portoghese Licor Beirão è considerato il liquore del Portogallo.

Alessandro Palanca

BEIRAO

QUI SOPRA
L'ATTUALE SEDE
DELL'AZIENDA.
A DESTRA, JOSE
CARRERA
REDONDO.





CALVADOS MORIN



BEVI RESPONSABILMENTE



DALL'ORZO ALLA BOTTIGLIA

Tra paesaggi alla Tolkien, spighe dorate e molte pecore, la rinascita del farm single malt Whisky

DI FABIO BACCHI

Per arrivarci dovrete percorrere una stretta carreggiata, prestare molta attenzione alle curve perché nel caso di incroci con altri veicoli bisogna fermarsi per lo spazio ridotto, manovrare di conseguenza ed evitare le pecore al pascolo che di questa terra sono le regine assolute. Vi troverete immersi in lande desolate che a tratti ricordano il Regno di Mordor della saga tolkeniana. Il navigatore non vi servirà, il wi-fi ancora non arriva, ma non abbiate timore di per-

dervi, la strada è unica. Quindi caschete in un mare giallo di spighe di orzo, un trionfo della natura che si estende a ovest sulla costa nord di Islay, al riparo sotto le scogliere di Cnoc Dubh, sulle rive della baia di Machir e sull'Oceano Atlantico. Adesso siete arrivati tra i tradizionali edifici di Rockside Farm che ospitano la pittoresca Kilchoman Distillery, dal nome del piccolo insediamento.

Questa fattoria con annessa distilleria è unica per diversi aspetti, in particola-



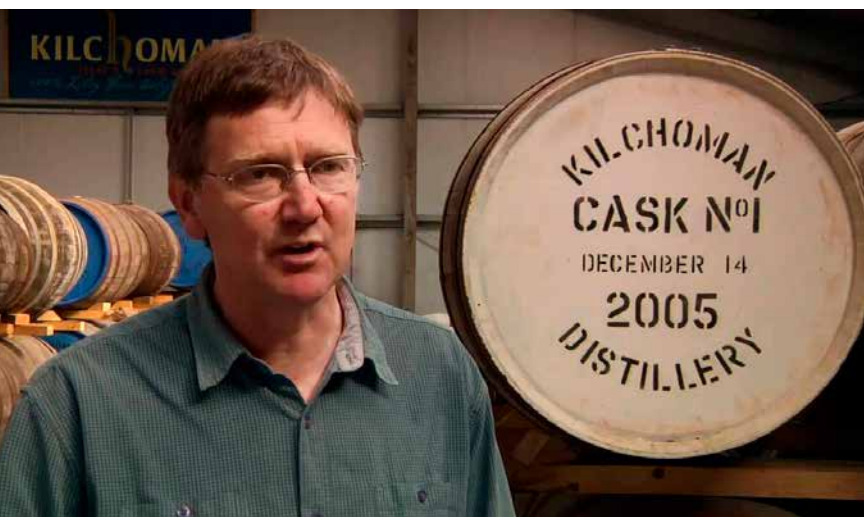
re per la sua produzione di single malt Islay Whisky 100%, l'unico single farm di Islay. Fondata nel 2005 da Anthony Wills, Kilchoman è la prima nuova distilleria costruita su Islay negli ultimi 124 anni, l'unica agricola di Islay, una delle poche distillerie indipendenti di Whisky in Scozia. Anche se a breve, sempre a Islay, si apriranno i cancelli di una nuova distilleria che abbiamo visto in costruzione, Ardnahoe. La filosofia produttiva di Anthony Wills, si propone di far rivivere l'arte perduta della distillazione agricola, una volta molto diffusa prima della commercializzazione delle distillerie alla fine del 1800.

L'idea di Anthony Wills per Kilchoman è un Whisky prodotto completamente in loco "dall'orzo alla bottiglia". Per Wills si tratta della "rinascita del single malt Whisky" prodotto in una unica località. Coltivazione dell'orzo, maltazione, fermentazione, distillazione, invecchiamento, imbottigliamento: tutto ad Islay. La responsabilità per la qualità e la coerenza non è esternalizzata in alcun modo, ma applicata sul posto con abilità, cura e attenzione ai dettagli.

La Scozia ospita più di 100 distillerie, la maggior parte di esse sono controllate



o di proprietà di società multinazionali. È così anche per la realtà di Islay, dove solo due delle nove distillerie sono di proprietà indipendente. Questa indipendenza permette di applicare una diversa visione produttiva data dalla farm distilling, ovvero, esplorare le infinite possibilità offerte



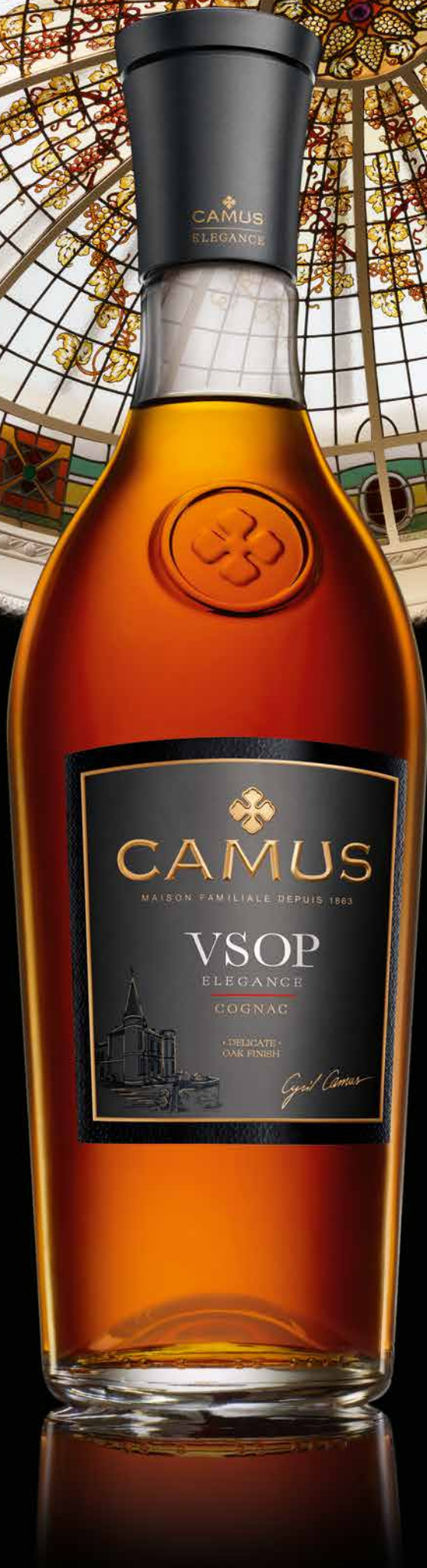
dalla coltivazione, dal malto, dalla distillazione, dalla maturazione e dall'imbottigliamento in loco.

I terreni che circondano Kilchoman sono tra i più fertili di Islay, ogni anno si coltivano 200 tonnellate di orzo. La semina dell'orzo si effettua in primavera dopo che la colonia di 50.000 oche che stanziano su Islay inizia la migrazione, la raccolta a settembre.

Kilchoman è una delle poche distillerie della Scozia che pratica ancora la tradizionale maltazione su pavimento, un processo che quasi tutte le distillerie hanno esternalizzato all'inizio della distillazione industriale. Il processo prevede di immergere l'orzo in acqua prima che sia posato su un pavimento di cemento e regolarmente girato a mano. Ciò fa germogliare l'orzo, consentendo la successiva conver-

sione dell'amido in zuccheri fermentabili. La natura intensiva del lavoro di maltazione su pavimento è un fattore significativo nella sua scomparsa. Per Kilchoman è il simbolo della filosofia Islay al 100%, un processo che dura dai 6 ai 12 giorni.

La terza fase del processo è la torbatura che dura una settimana circa. Ricavata dalle numerose torbiere di Islay bagnate dall'oceano e utilizzata per affumicare l'orzo germogliato, il tocco unico della torba di Islay aggiunge strati di ricco e fumoso carattere marittimo al Whisky. Durante il processo di lavorazione l'orzo assorbe il caratteristico aroma della torba di Islay, aggiungendo strati di complessità al Whisky una volta distillato e maturato. L'orzo maltato viene lasciato riposare per almeno due settimane prima di essere macinato. Nel *mash tun* il mosto lavora con acqua a temperatura controllata per favorire l'estrazione degli zuccheri fermentabili. Il materiale solido di risulta nutrirà la mandria di bovini Aberdeen Angus della fattoria. Quindi si aggiunge il lievito per innescare la fermentazione. A Kilchoman questa è molto lenta, quasi il doppio dello standard del settore. La fermentazione dura almeno 85 ore per consentire lo sviluppo di esteri complessi




CAMUS

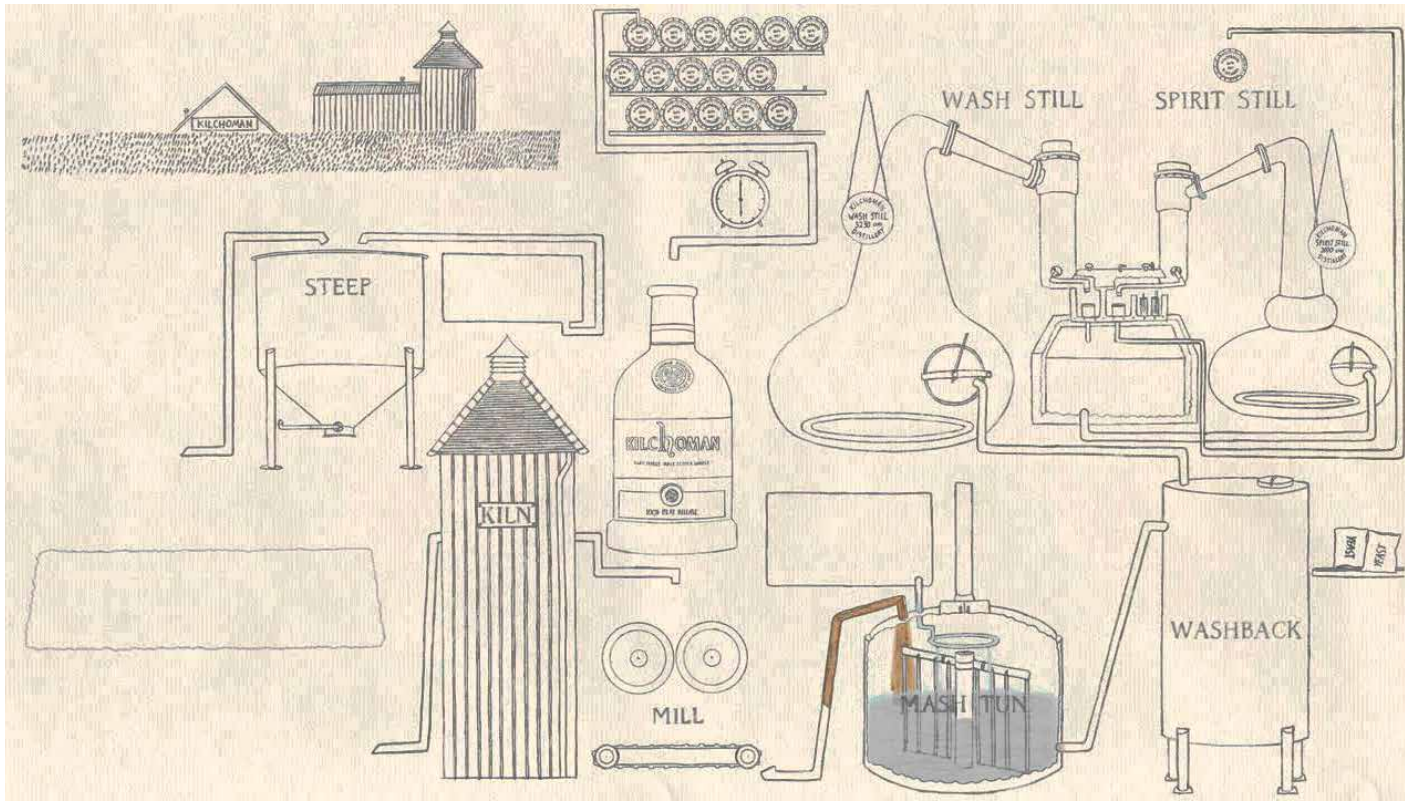
MAISON FAMILIALE DEPUIS 1863

ELEGANCE

COGNAC

Cyril Camus

BEVI RESPONSABILMENTE



e l'accumulo di acido lattico che produce note cremose, burrose e particolarmente fruttate.

Gli alambicchi di Kilchoman sono i più piccoli di Islay. Celebrano il matrimonio di fumo di torba, terra, luce e mare dal quale nascerà il carattere floreale e di agrumi che distingue il single malt Kilchoman. La maturazione è una combinazione di diversi tipi di botte. Ogni barile conferisce un carattere e un colore unici. A Kilchoman sono due i tipi principali di botte, ex Bourbon e ex Sherry butts. Provengono dalla distilleria Buffalo Trace negli Stati Uniti e da Bodega Miguel Martin in Spagna. La produzione annua è di 200.000 lt. ca. ma sono iniziati una

LAVORAZIONE

IN ALTO, LO SCHEMA DI PRODUZIONE. QUI SOPRA IL FORNO. IN BASSO I PAVIMENTI DI MALTAZIONE. A DESTRA, LA STILL HOUSE.





—
PURO
DISTILLATO
DI 34 ERBE
—

Ron
ABUELO
PANAMA

Carattere senza tempo



BEVI RESPONSABILMENTE

ISPIRA
GENERAZIONI

DAL 1908

Distribuito da www.onestigroup.com



serie di lavori per raddoppiare la capacità produttiva.

Oltre alle botti di Bourbon e Sherry esiste anche una serie di botti speciali: di Sauternes, vino rosso, Rum, Porto, Madeira e Cognac. In questi casi si tratta di single cask disponibili in diverse età e tipi di botte, ciascuna selezionata per mercati specifici in tutto il mondo. Tra queste edizioni ricordiamo la Sauternes Cask Finish, un vating di 30 botti ex Bourbon del 2012 poi finito per 5 mesi in una botte Sauternes, e la The Port Cask Matured 2018 Edition, vating di 30 Porto hogsheads riempite nel 2014.

Sotto le scogliere di Creag Mhór, a mezzo miglio a ovest della distilleria, si

ergono le rovine della Kilchoman Church risalente al 1800. La parola “comraich” in gaelico significa santuario. Kilchoman Comraich è una rete globale di bar dedicati al single malt Kilchoman. In questi bar, definiti da Kilchoman dei santuari, si trovano le *release* più esclusive, gli imbottigliamenti speciali e l’atmosfera giusta per godere dei pregiati spiriti. Il lotto n. 1 della serie Kilchoman Comraich è un vating di botti di Sherry oloroso del 2007 e botti di Bourbon selezionati da Anthony Wills. I Whisky di Kilchoman sono non *chill filtered*. La serie classica dei Whisky Kilchoman è dedicata alle più belle località di Islay. Come quelli che vi presentiamo di seguito.



MACHIR BAY

È il signature di Kilchoman, maturato in botti ex Bourbon e ex Sherry. Prende il nome da una delle più belle spiagge di Islay, due km di sabbia sull'omonima baia. Il vating proviene da maggior utilizzo di botti Bourbon per creare la fresca complessità floreale. Abv 46%. Torba 50ppm.

Olfatto: limone, vaniglia, intensità floreale, pesca, pera e ricche spezie.

Palato: note di frutta tropicale, fumo caldo e miele, dolcezza ricca di cereali e butterscotch.

Finish: frutta intrisa di yogurt, pepe nero e sale marino. Lunga durata con strati di dolcezza agrumata e fumo di torba.



SANAIG

Questo Whisky prende il nome da un'insenatura di Islay lungo la costa occidentale, da Portnahaven a Sanaigmore, regolarmente colpita da forti tempeste atlantiche. In questo caso la percentuale di botti utilizzate per l'invecchiamento privilegia quelle di Oloroso Sherry rispetto alle Bourbon. Sanaig bilancia perfettamente le influenze della ricca maturazione. Abv 46%. Torba 50ppm.

Olfatto: erica profumata, uva sultana, pera e buccia d'arancia, frutta, spezie miste e fumo di torba

Palato: prugne mature, ciliegie rosse e sentori di agrumi lasciano il posto a

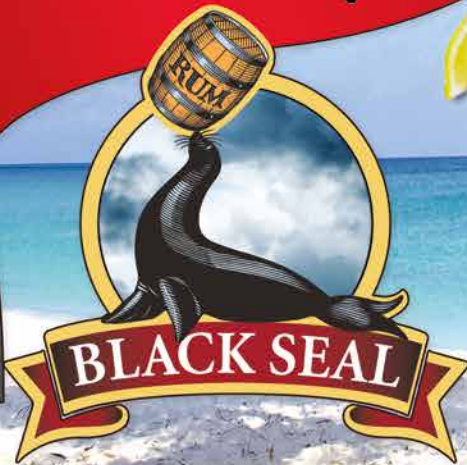


Goslings

Since 1806

BEVI RESPONSABILMENTE

DARK 'n STORMY®



BERMUDA'S NATIONAL COCKTAIL

imported and distributed by

PALLINI



ricchi profumi di barbecue, fumo di torba, caramello, quercia e cioccolato fondente

Finish: lungo e complesso con note alternate di frutta mista, caramello, cannella e chiodi di garofano con strati di zucchero di canna, spezie, fumo di torba e dolcezza duratura.

LOCH GORM 2018 LIMITED EDITION

Prende il nome del più grande bacino di acqua dolce di Islay, un lago scuro e torboso nei pressi della distilleria. L'Allt Gleann Osamail, da cui la distilleria raccoglie l'acqua di produzione, è uno dei suoi maggiori affluenti. Loch Gorm è invecchiato esclusivamente in botti di Oloroso che rilasciano il ricco carattere speziato della quercia europea. Grandi sapori ricchi di Sherry che si accoppiano molto bene con il fumo di torba, i frutti morbidi e la dolcezza tipica di Kilchoman. Loch Gorm 2018 è un vatting di diciannove spiriti provenienti da botti ex Oloroso Sherry riempiti tra il 2007, 2008 e 2011, e imbottigliati nella primavera 2018. Abv 46%. Torba 50ppm. 15.000 btg.

Olfatto: buccia d'arancia, chiodi di garofano, caramello e spezie miste con note di torta alla frutta e agrumi.

Palato: bellissimo equilibrio, ricchezza speziata, frutta cotta, cioccolato, zucchero di canna e fumo di torba.

Finish: fumo di torba che riempie la bocca, lunga dolcezza tropicale, caramello e ricca frutta secca.

100% ISLAY EDITION 2018

Serie speciale di release. Il 2018 è l'ottava edizione, arrivata a settembre, un vatting di 23 botti ex Bourbon e 7 botti di Sherry ex-oloroso riempiti tra il 2008 e il 2012. Anthony Wills: «La gamma 100% Islay è la nostra creazione più orgogliosa, rappresenta la rinascita del Whisky single malt prodotto in un unico luogo, dall'orzo alla bottiglia». Abv 50%. Torba 20ppm. Btg 12.000 limited edition. Non chill filtered.

Olfatto: fresche e leggere note agrumate seguite da un pizzico di caramello, dolcezza dello Sherry e torba carbonizzata.

Palato: delizioso equilibrio di frutta fresca, cioccolato speziato e cannella con morbido e persistente fumo di torba.

Finish: equilibrio di intensa dolcezza, soffice fumo di torba e raffiche di frutta mista.

Fabio Bacchi

ROMA WHISKY FESTIVAL PRESENTA

DOMENICA 2 DICEMBRE 2018

DALLE 15:00 ALLE 24:00

CON LA PARTECIPAZIONE
STRAORDINARIA DI

BOWMORE[®]
— Est. 1779 —
ISLAY SINGLE MALT
SCOTCH WHISKY

A TUTTA TORBA

BY ROMA WHISKY FESTIVAL

III EDIZIONE

THE
SMOKIEST
DAY OF
THE YEAR



TASTINGS - COCKTAIL - FOOD - SHOP - EXPERIENCE

Torna a Tutta Torba! l'appassionante evento by Roma Whisky Festival dedicato ai nostri tanto amati whisky torbati. Riuscite a pensare a qualcosa di meglio che a una Domenica di Dicembre riscaldati dal caleidoscopico carosello delle espressioni offerte dagli whisky torbati, dalle centinaia di etichette e imbottigliamenti fuori dal comune che avrete l'occasione di assaggiare? Il nostro staff vi aspetterà al Chorus Cafè, in occasione di quest'appassionante giornata all'insegna della torba, torba a più non posso, per tutti i palati!



VIA BONA di Alessio La Pietra - 1930 - Milano

INGREDIENTI

- 30 ml Kilchoman Port Cask Matured 2018
- 10ml sciroppo di mostarda piccante
- 7.5ml Smith & Cross Jamaica Overproof Rum
- 15 ml Rabarbaro Rapa Giovanni
- 17.5 ml Bulleit Bourbon

Tecnica: stir & strain.

Glass: tumbler vintage.

Garnish: Kilchoman Machir Bay nebulizzato e spiedo di mostarda candita.



ROCKSIDE di Vincenzo Losappio - The Spirit - Milano

INGREDIENTI

- 3 cl Kilchoman Silver Seal
- 1,5 cl cordiale di bucce di chinotto e semi di coriandolo
- 1 cl liquore S. Antonio Luxardo
- 1,5 cl Vermouth del Professore Vaniglia
- 2 dash bitter fiori d arancio Sirene

Tecnica: stir.

Glass: Calice vintage.

Garnish: zest di chinotto e baccello di vaniglia



CRUSTAS WAVE di Vittorio Farci - The Spirit - Milano

INGREDIENTI

- 30ml Kilchoman Machir Bay
- 15ml Italicus
- 1 bsp Maraschino Luxardo
- 25ml citrus sherbet
- 4drops Bob's Vanilla bitter

Tecnica: shake & strain.

Glass: Glencairn Whisky glass.

Garnish: zest di bergamotto



SURPRISE ME di Beatrice Marri – Caffè Chieli – Sansepolcro (AR)

INGREDIENTI

- 5 cl Kilchoman Sanaig
- 2 cl orzata hm
- 1 dash bitter liquirizia
- mezzo lime spremuto
- top ginger beer

Tecnica: shake & strain.

Glass: tumbler alto.

Garnish: cips di zenzero e bastoncino di liquirizia



BOULEVARDIER-SOUR di Michele Mariotti Mo Bar – Mandarin Oriental Singapore

INGREDIENTI

- 25 ml Kilchoman 100% Islay
- 20ml Campari
- 20ml Cocchi Vermouth Amaro
- 25 ml succo di limone
- 12,5 ml zucchero
- albume

Tecnica: dry shake & wet shake.

Glass: coupette.

Garnish: Angostura bitter



MACHIR BAY di Giulia Zampieri

INGREDIENTI

- 6cl Kilchoman Machir Bay
- 2cl citrus mix (succo di lime, pompelmo rosa, ananas)
- 1cl sciroppo di zucchero muscovado
- 1cl liquore Cinico alla cannella
- albume d uovo
- 2dash orange bitter

Tecnica: shake&strain.

Glass:coppetta affumicata legno di melo.

Garnish: polvere di cannella caramellata



BERLINO: FOCUS SULL'ITALIA

Tre giorni intensissimi per il più grande evento della spirit industry

DI GIULIA ARSELLI



Dall'8 al 10 ottobre il Bar Convent Berlin 2018 ha debuttato nella sua nuova formula di tre giorni. Pubblico e operatori di settore provenienti da cinque continenti sono arrivati nella capitale tedesca per trasformare nuovamente il Bar Convent di Berlino nel più grande evento del bartending e della spirit industry. Gli spazi della Station Berlin Station e dell'adiacente Kühlhaus, i numerosi eventi dei bar nella capitale tedesca sono il luogo in cui produttori di tutto il mondo si incontrano con bartender, barowner e distributori provenienti da 79 paesi diversi.

I segnali di crescita dell'edizione 2018 si riassumono in numeri molto importanti: un aumento del 17% del numero di



espositori rispetto alla scorsa edizione, una quota di internazionalità del 68% rappresentata da 79 diversi paesi, 433 espositori in rappresentanza di 1.200 marchi del settore premium, 14.416 visitatori ben dispiegati sui 3 giorni rispetto i 12.217 dell'anno scorso.

Possiamo dirlo, quest'anno il BCB si è rivelata una macchina poderosa e spettacolare mai vista prima, il perfetto palcoscenico per una industria che eleva ed assimila sempre più innovazioni e severi standard di qualità per gli appassionati di cocktail in tutto il mondo.

Quest'anno Bar Convent Berlin ha presentato 433 espositori con 1.200 marchi nel segmento premium. Ancora una volta in cima alla lista degli spiriti c'erano Gin,

liquori, Vodka, Tequila e Mezcal. In ascesa, il Vermouth è stato rappresentato in fiera da oltre 30 brand. Per la prima volta, espositori e visitatori hanno avuto tre giorni per godersi l'evento. «Tutti hanno apprezzato il fatto che abbiamo esteso lo spettacolo – afferma Petra Lassahn, direttore del BCB – Anche gli espositori, che hanno avuto più tempo per i loro affari, sono rimasti molto soddisfatti».

I visitatori hanno avuto più opportunità di partecipare ai numerosi tasting di prodotti e all'interessante programma di educational. «Il format di tre giorni ci ha fornito l'opportunità di mettere insieme un programma estremamente ricco con la partecipazione di personaggi di bar di profilo internazionale», aggiunge Lassahn.



PERSONAGGI

IN ALTO, CHARLES SCHUMANN MENTRE FIRMA AUTOGRAFI. A DESTRA, BOBBY HEUGEL. IN BASSO, SEAN FINTER.



Ospitalità, capacità imprenditoriali, sviluppo di nuovi drink, sostenibilità e creatività sono stati alcuni degli argomenti trattati nel programma educational di quest'anno, che per la prima volta è sta-

to creato sotto gli auspici del noto Angus Winchester. Sul palco si sono presentati Sean Finter, Bobby Heugel, Joe Schofield, Frankie Solarik, Micah Melton e molti altri.

Gli incontri hanno fornito agli operatori di settore preziosi input per il loro lavoro quotidiano e il continuo avanzamento delle loro attività. Gli standard sono in costante aumento per la professione di bartending, ad esempio, rendendo fondamentale l'istruzione e la formazione del personale. Afferma Angus Winchester: «Stiamo creando molta consapevolezza sul fatto che questo non è solo uno stile di vita, ma una seria professione che dovrebbe avere lo stesso rispetto di cuochi o sommelier, siamo parte dell'industria dell'ospitalità».

Molto interessante l'intervento del co-fondatore di Fever-Tree, Charles Rolls, e dell'innovatore di brand David Gluckman, che hanno discusso di promozione e sviluppo delle capacità imprenditoriali. Gli spazi del BCB erano riempiti da stand opulenti ed estremamente attrezzati con cocktail bar che vedevano in scena importanti nomi della bartending scene internazionale.

Il paese ospite d'onore di quest'anno era l'Italia che era presente a Berlino con uno tra i più alti numero di stand ed aziende, in alcuni casi in proprio, in altri attraverso i locali importatori. Di conseguenza era molto importante il numero di visitatori italiani. Oltre le grandi major come Campari, Branca, Martini & Rossi, erano presenti altri storici e altisonanti nomi della spirit industry italiana. Luxardo era presente in forze con il presidente Piero Luxardo insieme a Filippo, Matteo e Niccolò Luxardo; Orietta Varnelli in rappresentanza dell'azienda di famiglia che quest'anno festeggia i 150 anni di atti-



LUXARDO.IT

LUXARDO®

LUXARDO

PREMIUM ITALIAN

LONDON DRY GIN

Distilled in traditional copper pot stills

EST. 1821 TORREGGIO 1941

PRODUCT OF ITALY / PRODUIT D'ITALIE

Girolamo Luxardo

GIROLAMO LUXARDO / FAMILY OWNED SINCE 1821

est. 1821

Girolamo Luxardo

LUXARDO PROMUOVE IL BERE RESPONSABILE



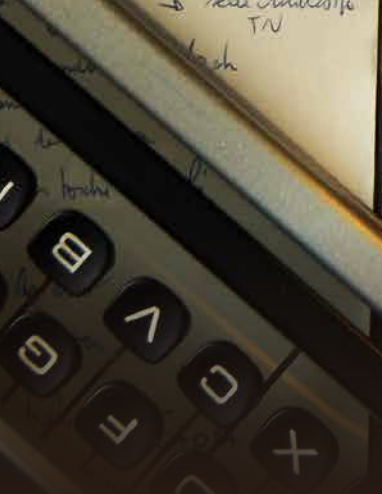
vità, Strega, Lucano, Italicus, Bonaventura Maschio, Moccia, Toschi, una nutrita rappresentanza di produttori di Grappa tra cui la distilleria Bortolo Nardini con gli

immancabili Sharla Ault insieme a Giorgio Casoni a spingere sull'uso della Grappa in miscelazione. Questo è un tema sul quale si sta focalizzando un'attenzione sempre più crescente da parte dei bartender e che, presumiamo, possa ridare slancio al nostro spirito nazionale. Savio di Chatillon era presente con i suoi Ron Malecon e Malteco, molto importante la grande famiglia di Gin italiani tra cui Seven Hills con il BA Federico Leone e The Greedy con Dave Garzon.

Molti i liquoristi italiani artigianali. Alcuni si presentavano a Berlino per la prima volta, come il Liquorificio Leardini, piccola azienda artigianale a conduzione familiare rappresentata da Carlo e Mauro Leardini. Per questi artigiani della liquoristica



LUXARDO.IT



LUXARDO

est.
1821

Gerolamo Luxardo

LUXARDO PROMUOVE
IL BERE RESPONSABILE



italiana il BCB è stata l'occasione per farsi conoscere a un pubblico internazionale e intercettare distributori e contatti esteri.

Nei giorni precedenti il BCB nella capitale tedesca si è svolto il global event della Diageo Reserve World Class Cocktail Competition 2018 che ha visto trionfare per la prima volta un bartender italiano, Orlando Marzo, che però lavora in Australia. La presenza di Diageo al BCB non è passata inosservata per lo spiegamento di uomini e mezzi. Un intero edificio su tre piani è stato utilizzato dalla multinazionale per ospitare i suo brand della linea reserve e costruire un percorso sensoriale coinvolgente e mai visto prima. Si calcola che tra staff e partecipanti alla finale World Class, Diageo abbia portato a Berlino circa 500 persone.

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





Molto attivi i ragazzi del JTP di Roma. Leonardo Leuci si è diviso tra lo stand “Del Professore” dove era presente il nuovo Vermouth a base Barolo e lo stage dove ha parlato della storia della miscelazione italiana. Roberto Artusio di La Punta ha coordinato uno spazio dove erano pre-

senti diversi brand tra Tequila e Mezcal.

Ormai parti integranti e di estrema popolarità e interesse al BCB sono Brew Berlin e Coffee Convent Berlin. Format entrambi prodotti nell’ambito della BCB, hanno dimostrato che i bar prestano sempre più attenzione alla birra artigianale, ai cocktail con birra, agli speciality coffee. Per le tipologie di bar vicino a questi temi è un momento importante per intercettare qualità e unicità da proporre ai propri consumatori. Gli espositori del Coffee Convent di Berlino, hanno presentato prodotti innovativi come la limonata al caffè e una vasta scelta di coffee cocktail al caffè.

Il Bar Convent Berlin 2019 si svolgerà ancora presso la Station Berlin e la Kühlhaus in un evento di tre giorni dal 7 al 9 ottobre 2019. Altri due eventi internazionali satellite saranno il Bar Convent Brooklyn l’11 e 12 giugno 2019 e il Bar Convento San Paolo il 17 e 18 giugno 2019.

Giulia Arselli



BEVI RESPONSABILMENTE

essenzialmente unico
anche sotto zero

SPIRITO CALDO

Grande successo per la kermesse romana all'insegna dell'allegria e della convivialità

DI ALESSANDRO PALANCA

Giunto alla sesta edizione ShowRUM Italian Rum Festival, il format ideato dal Rum Specialist Leonardo Pinto di Isla de Rum, si è svolto presso il centro congressi dell'A. Roma Lifestyle Hotel. Quest'anno i dati sull'affluenza registrano un lusinghiero incremento degli accessi rispetto al già importante afflusso dell'edizione 2017, confermando il trend di crescita della



manifestazione che si conferma punto di riferimento nazionale e internazionale per il mercato del Rum. Alla conferenza stampa, precedente l'evento, sono intervenuti oltre cinquanta giornalisti e circa trenta testate che hanno preso parte anche a un tasting ospitato da Diplomatico Ron de Venezuela.

Quest'anno l'atmosfera era particolarmente in sintonia con lo spirito allegro e conviviale del Rum. Merito di ciò la fruttuosa collaborazione sinergica tra il Singita Miracle Beach e ShowRUM. L'ambientazione ricreata all'aperto, con comode sedute, cocktail a tema e musica diffusa, riproponeva uno scorcio del format vacanziero del noto impianto balneare del litorale laziale. Infatti, con uno splendido Rum party a inizio settembre, il lancio ufficiale della rassegna e della relativa Cocktail Week era avvenuto proprio nella sede di Fregene del Singita Miracle Beach. Visto il successo è facile immaginare che questa collaborazione si riproporrà in maniera ancora più importante l'anno prossimo.

La ShowRUM Tasting Competition, che



SHOWRUM
IN ALTO LA
GIURIA DELLA
TASTING
COMPETITION,
SOTTO DUE
FOTO DEL
PUBBLICO
ALL'EVENTO.





si svolge tutti gli anni in occasione di ShowRUM, è l'unica competition al mondo in cui i prodotti vengono divisi per tipologia di alambicco, per invecchiamento e per tipologia di materia prima. È inoltre l'unica blind tasting competition a livello mondiale in cui viene premiato un solo prodotto per ciascuna categoria: il Best in Class. Questo format ha reso la STC una delle premiazioni più in vista del settore. Il riconoscimento "ShowRUM Taster of the Year", promosso da Isla de Rum a partire dal 2017, mira a premiare ogni anno i migliori due corsisti tra tutti coloro che hanno partecipato ai due livelli del "Rum Master" e hanno conseguito il relativo attestato di "Advanced Rum Taster". Il riconoscimento, istituito in memoria di Silvano Samaroli, vate degli spiriti e storico giudice della STC, aggiungerà ogni anno due nuovi e talentuosi giudici alla Tasting Competition che ha luogo ogni anno in occasione di ShowRUM. I vincitori del premio per la stagione 2017-2018 che hanno fatto parte della prestigiosa giuria della STC per l'edizione 2018 sono stati Glenda Valenti e Ivan Castillo.

L'evento è stato anche l'occasione per presentare la Guida ai migliori Rum Bar d'Italia 2018 giunta alla sua seconda edizione. La guida promuove i locali ita-

I 36 BAR DELLA DELLA GUIDA RUM BAR D'ITALIA 2018

Alchimista (Castelfranco Veneto - TV)
 Antiquario (Napoli)
 Artemisia Caffè (Bitonto - BA)
 Banana Republic (Roma)
 Barrier (Bergamo)
 Caffè 19.26 (Firenze)
 Colonial Cafè Drink (Lecce)
 Contrabar (Bisceglie - BA)
 Cru (Sarzana - SP)
 Freccia Bar (Piumazzo - MO)
 Freni e Frizioni (Roma)
 Gambrinus (Gravina di Puglia - BA)
 Franklin '33 (Lucca)
 Il Vinicolo (Catania)
 Katuscia People and Drink (Giovinazzo - BA)
 La Rosa dei Venti (Porto Rotondo - OT)
 Les Rouges (Genova)
 Marco Martini Cocktail Bar (Roma)
 Monnalisa Cafè (Ostuni - BA)
 Nu Lounge Bar (Bologna)
 Octavius Bar (Milano)
 Quanto Basta (Lecce)
 Reset Cocktail Bar (Modena)
 Romeo Chef and Baker (Roma)
 Sky Stars Bar (Roma)
 Sobar (Pozzuoli - NA)
 Spirito - The Right One (Brindisi)
 Temple Wine Bar (Oristano)
 The Beach (Torino)
 The Craftsman (Reggio Emilia)
 The Duke (La Maddalena - SS)
 The Spirit (Milano)
 Vittoria Cafè (Finale Ligure - SV)
 Vittorio Emanuele Pub (Siacca - AG)
 1930 Speakeasy (Milano)
 300Mila Lounge (Lecce)

Ian Burrell, World Rum Ambassador



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

Piña Reàl
 Infused with premium pineapples from Costa Rica

Black Cherry Reàl
 Infused with premium Chilean Black Cherries

Blueberry Reàl
 Infused with premium Goldtraube Blueberries from the Pacific Northwest

Peach Reàl
 Infused with Elegant, Summer & Rich Lady Peaches

Mango Reàl
 Infused with Alfonso Mangos from India

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

Coco Reàl
 Contains real coconut meat from hand-picked tropical Coconuts

Strawberry Reàl
 Infused with hand-picked Camarosa, 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 Laitvu Ginger puree

Passion Reàl
 Infused with premium Purple Passion Fruit from Vietnam

Kiwi Reàl
 Infused with premium Kiwi from New Zealand





SHOWRUM TASTING COMPETITION BEST IN CLASS

- Traditional 100% Column No Age Declared - Ron Veleiro XO
- Traditional 100% Column 1-3 - Angostura Reserva 3y White
- Traditional 100% Column 4-7 - Angostura Aged 5y
- Traditional 100% Column 8-15 - Ron Abuelo 12
- Solera Ageing - Ron Botran Solera 1893
- Solera Ageing White - Matusalem Platino
- Traditional Pot Still & Blended No Age Declared - Appleton Estate Reserve Blend
- Traditional Pot Still & Blended Unaged - Wray & Nephew White Overproof
- Traditional Pot Still & Blended 1-3 - R-74 Aged
- Traditional Pot Still & Blended 4-7- Cashcane Rum Saloon Cask
- Traditional Pot Still & Blended 8-15 - Appleton Estate Rare Blend 12 y.o.
- Traditional Pot Still & Blended >15 - Appleton Estate 21 y.o.
- Agricole Style Unaged - Domaine de Severin Blanc 55
- Agricole Style 1-3 - Trois Rivières Ambrè
- Agricole Style 4-6 - Trois Rivières VSOP
- Agricole Style > 6 - Dillon XO Hors d'Age
- Cachaça - Avuà Prata Cachaca
- Aged Cachaça - Cachaca Magnifica Reserve Soleira
- Independent Bottlers No Age Declared - Mezan Jamaica XO
- Independent Bottlers < 7 - Plantation 3 Stars
- Independent Bottlers 8-15 - Plantation Fiji 2009
- Spiced/Flavoured - DonQ Oak Barrel Spiced
- Best Packaging - Appleton Estate 21 y.o.

liani che rispettino tre canoni importanti: una proposta rum completa, che tenga conto delle varie sfumature del Rum, un servizio professionale e uno staff in grado di guidare i consumatori nella scelta.

12 locali, 6 serate, 6 brand, 48 drink, 12 signature; questi sono i numeri della ShowRUM Cocktail Week 2018, organizzata da Cleide Bianca Strano in collaborazione con ShowRUM – Italian Rum Festival e Paolo Sanna.

Una settimana all'insegna del piacere del Rum in miscelazione in dodici dei migliori locali della Capitale, che per l'occasione hanno esposto ciascuno una cocktail list di 4 drink realizzati con altrettanti brand di cui un main drink signature. Ogni brand coinvolto ha quindi visto il proprio prodotto declinato in otto drink in altrettanti bar, e in due di questi è stato messo in visibilità come signature drink della casa.

I signature sono stati i protagonisti di video dedicati. Tra tutti i signature una giuria capitanata da Fabio Bacchi di Bartales ha decretato quale rappresentasse la migliore espressione del locale di riferimento. Il Best Signature del 2018 è stato assegnato al Tyler di Ponte Milvio dove opera il bartender Carlo Piccerillo (nelle foto in alto).

Dato il notevole interesse suscitato

SHOW ROOM

ITALIAN RUM FESTIVAL



BACCANO
Ristorante · Cocktail bar · Bistrot · Bar à Huitres
- RIONE TREVI -



CHORUS



MARCO MARTINI
COCKTAIL BAR



MECCANISMO
ROMA



PANTALEO
FOOD WINE MIXOLOGY



PIMM'S
G.O.O.D



ROMEO
CHEF & BAKER



ZANZARA



SHOWRUM

NELLA FOTO IN ALTO I PARTECIPANTI, QUI SOPRA LA GIURIA.

A DESTRA FRANCESCO MATTONETTI. NELLA PAGINA ACCANTO, IN ALTO, LA LOCANDINA E IL RUM MARTINICA 1876.

IN BASSO IL TASTING DI DAVIDE STAFFA.

da questa cocktail competition l'edizione 2019 è già in cantiere e sicuramente coinvolgerà un numero maggiore di bar della capitale.

Interessante il calendario dei seminari divisi tra domenica e lunedì. "Understanding Rum" e "Mixing Rum" hanno fatto registrare il tutto esaurito confermando l'apprezzamento del pubblico per la formazione e la cultura del Rum.

Il crescente interesse per il collezionismo è stato discusso nella masterclass "Rum e Collezionismo" tenuta da Francesco Mattonetti esperto ricercatore di bottiglie rare. Per i pochi fortunati ammessi all'incontro il momento più importante della due giorni romana è stato il ristrettissimo tasting di una bottiglia di un Martinica Rhum del 1876 aperta per l'occasione da Mattonetti.



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



17 (B) 79

B. NARDINI
DISTILLERIA A VAPORE

BASSANO DEL GRAPPA - ITALIA

**FATTI SORPRENDERE
DALLA NOSTRA STORIA**

#ladistilleriaditalia

Spirito Sorprendente, dal 1779

BEVI RESPONSABILMENTE



In conclusione possiamo dire che sin dal suo inizio questa edizione ci è sembrata la migliore a testimonianza di un impegno crescente profuso da Leonardo Pinto e dalla sua organizzazione. I rumor degli espositori dietro le quinte e i commenti dei visitatori hanno confermato la nostra impressione. L'edizione del 2019 dovrà tenere conto.

Alessandro Palanca



About Ten, Best Italian Liquor Finest Premium Quality

Cinico Liquore

IO SONO CANNELLA

La cannella è un albero sempre verde originario dello Sri Lanka. La parte dell'albero dalla quale otteniamo la cannella è quella della corteccia che poi viene fatta essiccare. La qualità dipende dall'età degli alberi; generalmente più giovane è l'albero maggiore è la qualità.

OSCAR WILDE

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



Liquore Eccentrico

LA FAVA DI TONKA

Il primo liquore al mondo alla Fava di Tonka. La quale fino ad oggi era utilizzata nei profumi, nella pasticceria, nell'alta cucina e come ingrediente secondario nei vermouth e nei gin. Le note olfattive della Fava di Tonka ricordano la vaniglia, la mandorla, la camomilla e il cocco, con sentori di tabacco.

JOHN STUART MILL

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





DAVE GARZON E FRANCESCO MORTAI

The Greedy Gin

- L'IDENTITÀ -

Greedy Gin nasce dall'idea di creare un gin profumato, saporito e dal gusto persistente in bocca, con un'ottima base alcolica di partenza.

Per ottenere ciò abbiamo scelto di:

- utilizzare di base un distillato di grano puro ridistillato più volte
 - macerare i botanici in una soluzione idroalcolica
 - ridistillare con un alambicco discontinuo in rame dalla forma molto concentrata che ci consente di imprigionare tutti gli aromi dei botanici
 - compiere la distillazione in Inghilterra
 - filtrare il Gin in maniera MOLTO leggera
 - riposare il distillato per circa 70 giorni
- I nostri tempi di produzione ammontano a circa 100 giorni.



GUY DE MAUPASSANT

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

ABOUT TEN

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

www.abouten.it  Cinico & Greedy

SE UN SOLIDO DIVENTA LIQUIDO (E VICEVERSA)

La complessità delle tecniche estrattive. Al bar e in cucina

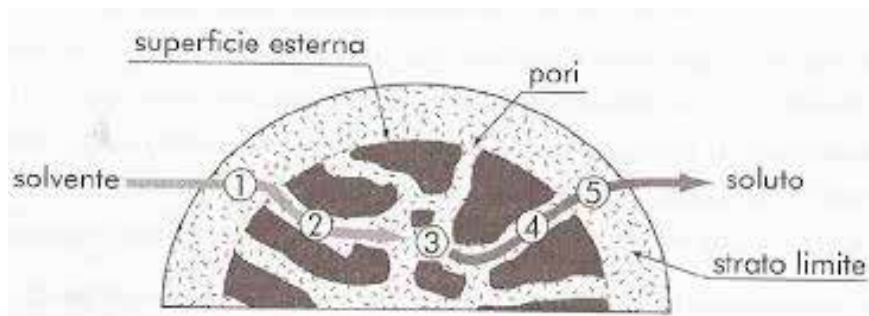
DI **GIOVANNI CECCARELLI**

L'estrazione solido-liquido è un processo attraverso il quale è possibile separare i costituenti da materie prime solide mediante l'utilizzo di opportuni solventi. Da sempre utilizzata al bar, è il processo che permette di ottenere bevande come il tè e il caffè, oppure di aromatizzare distillati e creare liquori. Il Limoncello, preparato in casa da molti italiani, è creato dalle scorze di limone sfruttando proprio questo processo. Ad oggi, oltre alla classica macerazione, esistono diverse tecniche e tecnologie che possiamo utilizzare al bar per effettuare l'estrazione solido-liquido.

Prima di capire quali sono è però necessario comprendere che cosa accade in questo tipo di estrazione e quali sono i parametri che la regolano. Quando una materia prima solida (detta matrice), come un frutto o una spezia, viene immersa in un liquido (il liquido è detto solvente e può essere acqua, alcol o una miscela

dei due) inizia una fase imbibente, in cui il liquido la bagna e ne riempie le cavità. Il soluto, contenuto nella matrice, passa in soluzione, cioè viene "catturato" dal solvente.

All'inizio, nelle cavità della matrice si crea una soluzione ad elevata concentrazione mentre all'esterno il solvente è pressoché puro. Questa differenza di concentrazione genera un fenomeno diffusivo: il soluto migra verso l'esterno, verso zone a concentrazione più bassa. Una volta raggiunto l'equilibrio, cioè quando la concentrazione è uniforme tra l'interno della matrice e l'esterno, il processo diffusivo si arresta. Da notare che il processo estrattivo solido-liquido non è selettivo, non possiamo cioè decidere quali aromi estrarre e quali no. Possiamo tuttavia assaggiare e valutare quando abbiamo raggiunto l'aromatizzazione desiderata e fermarci se stiamo notando degli off-flavour.



TECNICHE
 IN ALTO LO SCHEMA DI DIFFUSIONE E QUI SOPRA UN ESEMPIO. A SINISTRA PERCOLAZIONE.

L'estrazione è funzione di alcuni parametri, che regolano la quantità di soluto estratto e la velocità di estrazione. Le diverse tecniche o tecnologie esistenti con le quali si gestisce l'estrazione solido-liquido vanno ad agire su uno o più di questi parametri. Uno dei parametri più importanti su cui agire è la temperatura. La legge di Fick, equazione che regola la velocità del processo diffusivo, senza entrare in inutili tecnicismi, ci dice che all'aumentare della temperatura aumenta la velocità di diffusione, quindi la velocità di estrazione. È per questo motivo che, se si utilizza un solvente caldo, come per fare il tè o il caffè, sono necessari pochi minuti di contatto solvente-matrice.

Le tecniche estrattive che agiscono sulla temperatura sono la digestione, l'infusione, la decozione e la percolazione (quest'ultima può anche essere effettuata a freddo). La digestione è un'estrazione a temperatura controllata, generalmente compresa tra i 35 ed i 65 gradi, l'infusione è la tecnica utilizzata per preparare tè o tisane, nella quale si

lascia la materia prima a contatto con acqua calda per pochi minuti, mentre nella decozione si fa bollire la materia prima in acqua e nella percolazione si fa passare attraverso la matrice dell'acqua come nella preparazione del caffè espresso o il funzionamento della caffettiera napoletana. Chiaramente vale anche il discorso contrario: al diminuire della temperatura diminuisce la velocità di estrazione. Estrarre a bassa temperatura ci permette di controllare meglio il processo anche se potrebbero essere necessarie diverse ore.

Generalmente infusione e decozio-



STRUMENTI

SOPRA,
INFUSIONE
ALCOLICA.
IN BASSO
ESTRAZIONE
SOUS VIDE.
IN ALTO A
DESTRA UN
SIFONE E UN
SONICATORE.



ne sono consigliate con acqua, mentre con alcool o miscele di alcool e acqua è possibile operare con la macerazione classica a temperatura ambiente, a bassa temperatura o con la digestione. Per la digestione si utilizza generalmente un roner per la cottura sous-*vide*, strumento estremamente preciso per mantenere la temperatura costante.

La pressione, o meglio la sua variazione, è un altro importante parametro. È il parametro su cui si agisce con la



rapid infusion, tecnica estrattiva inventata da Dave Arnold, che prevede l'aumento di pressione e successiva rapida diminuzione, all'interno di un sifone. In particolare, la drastica diminuzione di pressione crea un effetto risucchio che accelera l'estrazione. È anche lo stesso principio su cui si basa l'estrazione nella campana del sottovuoto. Tuttavia è fondamentale aver presente che un solo ciclo di aumento/diminuzione di pressione non è quasi mai sufficiente per ottenere un'estrazione accettabile.

Negli ultimi anni, anche al bar, ha preso piede l'utilizzo degli ultrasuoni. Mediante l'utilizzo di un particolare strumento chiamato omogeneizzatore a ultrasuoni, o sonicatore, è possibile accelerare il processo estrattivo. Si passa dai diversi giorni necessari per la macerazione classica ai pochi minuti necessari con il sonicatore. Avevo già parlato del sonicatore nel numero di novembre 2016.

Concludendo, molte sono le tecniche estrattive che si basano sul processo di estrazione solido-liquido. Quelle indicate in questo articolo sono quelle che generalmente si usano al bar o in cucina. In generale è bene ricordare che solo assaggiando si può valutare se si è raggiunto il risultato desiderato.

Giovanni Ceccarelli



mezzoememzo®

NARDINI

L'APERITIVO
STA NEL **MEZZO!**



PREPARALO COSÌ:

1 PARTE 
MEZZOEMEMZO

1 PARTE 
DI SELTZ

GHIACCIO 

 **SCORZETTA
DI LIMONE**

BEVI RESPONSABILMENTE

LE BOLLICINE DEL CRÉMANT

In Bourgogne un altro modo di bere Champagne

DI VALENTINA RIZZI

La Francia delle “bollicine” non è solo quella dello Champagne. Esiste un'altra tipologia di spumante con la quale i “cugini” d'Oltralpe assaltano i palati dei gourmand. È il Crémant de Bourgogne, che guadagna sempre più consensi tra gli appassionati e addetti al settore e le cui origini risalgono al 1830 prima di guadagnarsi la denominazione nel 1975. In fondo, partiamo dalla stessa base, Pinot Noir e Chardonnay. E poi Gamay, per un mas-

simo del 20%, oltre ad Aligoté, Melon, Sacy.

Dove siamo? L'Appellation Crémant de Bourgogne è un'area ben definita di 385 comuni, suddivisi in quattro “department”, assimilabili a delle macro sottozone: Yonne (55 Comuni) Côte-d'Or (91), Saône-et-Loire (154) Rhône (85). Una superficie di 2.009,70 ettari complessivi, su cui anche la Francia stessa sta rivolgendo grande attenzione.

L'Union des Producteurs et Elaborateurs de Crémant de Bourgogne (Upec), associazione di categoria che conta 3.284 membri tra viticoltori, produttori di vino e commercianti, ha di recente approvato un nuovo sistema di classificazione per gli spumanti appartenenti all'Aoc. Alla semplice classificazione Crémant de Bourgogne, con un periodo minimo di 9 mesi di affinamento sui lieviti, sono state aggiunte le specificazioni “Eminent” e “Grand Eminent”. Un ulteriore segno di distintività e qualità. Il disciplinare consente il solo utilizzo del metodo Champenoise nelle tipologie





“Blanc”, “Blanc de Blancs”, “Blanc de Noirs” e “Rosé”.

Con la dovuta cautela, insomma, non è sbagliato pensare ai Crémant de Bourgogne come ai “fratelli” del rinomato Champagne. Il vero successo della denominazione, che gode di un accattivante posizionamento sul mercato, è da ricercarsi nella freschezza della produzione. Che sia bianco o rosé, il Crémant presenta caratteristiche in grado di mettere d'accordo i palati più disparati. Da quello degli esperti a quello dei consumatori a caccia della “bollicina” qualità prezzo. Ma andiamo un po' più nello specifico.

Maison Trenal, una casa, una filosofia. Sin dall'inizio della sua attività Trenal dispone un unico requisito ai propri vini: la ricerca dell'autenticità, del terreno e dei suoi frutti. Per i loro vini i Trenal han-



no scelto i migliori terroir in Borgogna e Beaujolais.

Creata nel 1928 da Henri Claudius, Trenal è diventata un riferimento locale. Suo figlio André ha mantenuto alla maison lo spirito di famiglia autentico sin dai suoi inizi. Con il suo Blanc de Blancs Crémant de Bourgogne l'azienda rilan-



UVAGGI

IN ALTO, UVE
CHARDONNAY.
AL CENTRO,
ALIGOTÉ.
QUI SOPRA
PINOT NERO.

cia la sua autenticità. Le fermentazioni alcolica e malolattica sono eseguite in vasche di acciaio inox. Il Crémant viene imbottigliato per la sua rifermentazione e invecchiato su lamelle per 36 me-

si. Creato nel 1975 per la prima volta, A.O.C Crémant de Bourgogne copre tutti i vigneti della Borgogna e del Beaujolais, da Chablis alle porte di Lione.

I cremantini sono prodotti secondo metodo tradizionale: il vino base viene imbottigliato per una seconda fermentazione. Crémant de Bourgogne Trenal proviene dal nord della Cote Chalonnaise, terreni argillosi e calcarei, terroir di predilezione dello Chardonnay. Ha un'età di 36 mesi su lamelle, una durata 3 volte superiore a quella imposta nelle specifiche della denominazione, che gli conferisce una complessità e una grande finezza.

Questo Crémant presenta una veste leggera dai riflessi dorati che lascia sfuggire sottili stringhe di bolle. Il suo naso è una miscela di aromi freschi di acacia, mela verde e pesca bianca; note più evolute di burro, frutta secca e torrone grazie al suo invecchiamento particolarmente lungo. Grande complessità e una buona rotondità in bocca.

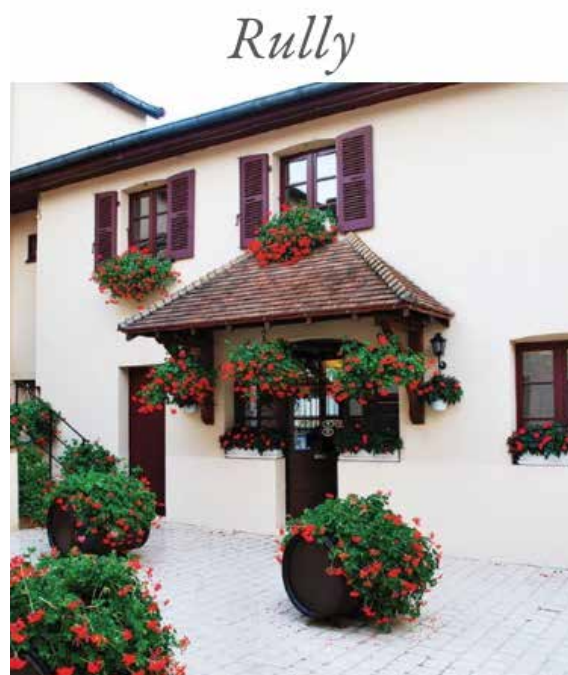
La Maison Lebeault è certamente una delle prime aziende produttrici di vini effervescenti della regione Borgogna. Joseph Lebeault arrivò a Rully ai primi del diciottesimo secolo. Il figlio Maurice, nato nel 1907, nei primi anni '30 era al servizio di Francois Bazile Hubert, pioniere del metodo Champenoise in Borgogna. Dopo un breve periodo di collaborazione, decise di investire nella propria produzione di Bourgogne Mousseux, prima ancora che questo nascesse, nel 1975 con l'appellazione Crémant de Bourgogne. Rully è uno dei luoghi più importanti per la produzione di Crémant. Dal 1934 la famiglia Lebeault è stata una delle prime ad investire nella produzione di spumanti Borgogna.

LUNEDI 12 NOVEMBRE 2018 - DALLE ORE 13:30
MERANO WINE FESTIVAL 2018 - C/O SPIRITS EXPERIENCE AREA

150 VARNELLI
1868-2018

TROPHY COCKTAIL SHOW





La vendemmia avviene in modo speciale, le uve vengono raccolte esclusivamente a mano e riposte in piccole cassette in modo che esse arrivino intere in cantina. Il buon sangue non può mentire. I nipoti (Pierre e Gerard) di Maurice Lebeault, fondatore della tenuta, perpetuano la tradizione con talento. Il Crémant di Maison Lebeault, nato da un

sapiente blend di Pinot Nero, Chardonnay e Aligotè, si presenta di un colore oro chiaro. Naso floreale, con note di mela cotogna, agrumi e pasta frolla. La bocca, corrispondente all'olfatto, è ampia, pulita, fresca e lunga. Un Crémant che si rivela minerale,

fresco, "molto femminile", equilibrato ed elegante. Dunque ottime scorrevolezze, sorrette da un'acidità che chiama il sorso successivo. Sentori citrici, ma anche floreali e fruttati, scandiscono le pieghe

di uno spumante sempre bilanciato, che con l'affinamento in bottiglia guadagna in complessità e armonia. Vi ricorda qualcuno? Il paragone con lo Champagne è evidente e si conferma dalla base varietale al calice. Mai banale o sprovvisto di personalità. La maison attualmente è condotta da Phillippe Chautard, loro primo cugino e proprietario della maison Louise Picamelot, fondata nel 1926 e seconda per ordine di anzianità a operare nella famosa cittadina di Rully. La produzione di Crémant de Bourgogne ha spalle larghe. Le prime tracce storiche risalgono al 1830, anno in cui il poeta Alfred de Musset lodò questa tipologia di spumanti nei suoi "Secrètes pensées de Raphaël". Il protagonista dei versi, un gentilhomme français, annega i suoi pensieri di romantica disillusione nel Crémant. I Crémant di Trenel e Lebeault rappresentano al meglio le caratteristiche tipiche della denominazione. Spumanti molto equilibrati, complessi e armonici. Proprio come i migliori Champagne.

Valentina Rizzi

*I Crémant di
Trenel e Lebeault
sono equilibrati,
complessi e
armonici. Proprio
come i migliori
Champagne*

VARNELLI

dal 1868

SHALL
WE MIX?



www.varnelli.it

BEVI RESPONSABILMENTE

1921, ALEX KRATENA

L'uomo del cambiamento

DI HAYDEN WOOD



«**D**obbiamo essere parte del cambiamento, riguarda tutti coloro che lavorano insieme, per raggiungere l'obiettivo». Alex è il fondatore dell'organizzazione non profit P(OUR), il nome P(OUR) è l'unione tra OUR e PURE. Alex è l'ex head bartender dell'Artesian di Londra, dove ha guidato il bar e la sua squadra vincendo numerosi premi. L'Artesian è stato riconosciuto come bar numero uno per quattro anni consecutivi tra i 50 migliori bar del mondo. Alex ha anche ricevuto numerosi premi personali tra cui "Best International Bartender" (2012), a Tales of the Cocktail e "Bar Personality of the Year 2013" di Imbibe Magazine.

Tra i 200 anni di storia di Heering Alex ha scelto il 1921, l'anno in cui il famoso illusionista Harry Houdini fondò la Houdini Corporation per applicarsi in nuovi campi e tematiche usando le sue fama e capacità. La mission di Alex è quella di usare la sua energia e il suo talento per essere un agente di cambiamento attraverso la costruzione di una comunità professionale che abbia una sola voce e identici obiettivi. «Penso che i tempi siano giusti e maturi perché l'attuale generazione di bartender, ben posizionata nel settore, dia il via a una serie

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.





LEARDINI

Liquori

Produzione Artigianale Liquori dal 1958

*L'uomo li produce,
il tempo li migliora*



LEARDINI LIQUORI ARTIGIANALI Srls

PIAZZA CASTELLANA SNC - 00021 AFFILE (RM) - Tel. +39 0774 551033

leardiniliquori.com



di cambiamenti che rivoluzionino ciò che nel bartending è sempre stato fatto allo stesso modo. Non bisogna avere paura nel chiedere di cambiare, dobbiamo essere parte del cambiamento e lavorare insieme perché questo accada».

Questo concetto spiega la scelta di Alex dell'anno 1921. Harry Houdini usò il suo talento e la sua fama per espandersi e fare la differenza. Alex sa che la sua credibilità professionale, i suoi riconoscimenti, il passato all'Artesian, costituiscono un biglietto da visita importante per il settore e provare a fare la differenza. P(OUR) è il veicolo perfetto per indicare e influenzare la direzione da prendere, rendere il bartending e la spirit industry un ambiente più sano, ugua-

le e sostenibile per tutti. P(OUR) è presentato come un simposio "collective bartender" che cerca di "costruire una comunità olistica per l'industria globale delle bevande".

Il simposio si riunisce ogni anno e presenta una serie di conferenze curate da influenti barman e professionisti delle bevande. Il settore sta cambiando in meglio, in particolare nella sua vicinanza e collaborazione con la scena gastronomica più raffinata: «Penso che alcuni bar si stiano dirigendo in quella direzione. Allo stesso tempo i ristoranti stanno cambiando lo stereotipo della tovaglia soffice e bianca, i menu sono più semplici e focalizzati sempre più sulla qualità del prodotto. Anche la bar industry ha

preso questa direzione. I bar cominciano a capire quanto sia importante avere un proprio stile piuttosto che seguire una tendenza che tra un anno sarà diversa. Le persone che seguono solo ciò che sta accadendo ai vertici del settore non saranno mai capaci di influenzare o proporre un cambiamento. Questo sarà un grande passo verso la maturità del nostro settore. P(OUR) punta a essere in prima linea in questo cambiamento. P(OUR) esprime il punto di vista del bartending che punta a rimanere fedele al proprio stile, costruire e gestire la propria carriera su se stessi, una carriera a lungo termine, una lunga maratona. Una maratona ha bisogno di un programma diverso dallo sprint».

In questo pensiero si idealizza un lavoro che mira a dare identità a una

figura in continua evoluzione sotto ogni aspetto. Prendersi cura di se stesso e del proprio staff è una passione continua per Alex. «Tutto inizia con il rispetto della propria persona. I bartender hanno una grande responsabilità nel dispensare essenzialmente ciò che è una droga, ma la responsabilità ricade anche sul consumatore e sull'industria stessa nel suo complesso».

P(OUR) si pone l'obiettivo di essere un forum per rispondere alle questioni più urgenti del settore, come l'uguaglianza di genere, la sostenibilità finanziaria e ambientale, nonché la salute e il benessere delle persone che vi lavorano. Alex vede questi problemi come il naturale passaggio di temi sempre più rilevanti nella società in generale: «Se avessimo piena parità di genere nel nostro settore, avremmo maggiori possibilità nella sua sostenibilità complessiva. Ci permetterebbe di avere un approccio più equilibrato per raggiungere obiettivi importanti. Forse l'uguaglianza di genere è la priorità».

Alex incontrò per la prima volta Cherry Heering a metà degli anni Novanta, durante il suo primo corso di bar, nella sua città natale in Repubblica Ceca. Il corso era focalizzato soprattutto su merceologia dei prodotti e sui cocktail classici. La storia di Cherry Heering e del Singapore Sling fu molto particolare per Alex. L'importanza della conoscenza ha sempre influenzato Alex e la sua carriera, sino alla fondazione di P(OUR) nel 2016. «Adoro come Harry Houdini avesse ovunque l'abitudine di sfidare la polizia a incatenarlo, ammanettarlo, per poi riuscire sempre a liberarsi. È il mio personaggio preferito».

Hayden Wood

LA RICETTA

HAYDEN WOOD

NOW U SEE IT, NOW YOU DON'T

- 20ml Cherry Heering
- 15ml Empirical Spirits Fallen Pony
- 10ml Minus 8 Verjus
- 40ml fermentato di mirtilli rossi*
- 1 zest di pompelmo

Tempo di servizio: 1min.

Glass: rocks. Metodo: pour mix over ice.

Garnish: grapefruit zest/discard. Ice: rocks

*Fermentato di mirtilli

4g lievito per Champagne, 2.5kg mirtilli rossi, 1.4kg zucchero, 2g pectolase, 5lt acqua.

Combinare il pectolase con 3,5 litri di acqua in un vaso di fermentazione con camera di equilibrio e lasciare al riparo dalla luce alla temperatura di 22-24 gradi° per 24 ore. Unire lo zucchero con 1,5 litri di acqua calda e con il lievito. Combinare le due basi e lasciare riposare per 5 giorni. Filtrare in una damigiana con camera di equilibrio e lasciare fermentare per almeno 6 mesi.



Produzione Artigianale Liquori dal 1958

BITTER SPRAY & BARSTILLERY

spruzza il gusto nel tuo cocktail



BITTER SPRAY

Una vasta gamma di Bitter studiata per il mixology. Oltre 50 gusti da vaporizzare, nuovi e originali. Senza coloranti né essenze chimiche.



BARSTILLERY

Microdistillatore da banco. Tramite una semplice distillazione dei Bitter Leardini si ottengono infinite sfumature di profumi e sapori.

LEARDINI LIQUORI ARTIGIANALI Srls

Piazza Castellana Snc 00021 AFFILE (RM) Tel. +39 0774 551033

leardiniliquori.com

BEVI RESPONSABILMENTE


ANGOSTURA
aromatic bitters


**MONKEY
SHOULDER**
100% MALT WHISKY MADE FOR MIXING


Rhum J.M

**WOODFORD
RESERVE**

**OLD
FASHIONED
WEEK**

La Old Fashioned Cocktail Week va di moda in tutto il mondo 1-10 Novembre 2018

Un classico che non passa mai di moda – la Old Fashioned Week riguarda proprio questo. Per l'edizione 2018, il fulcro è l'innovazione e ci sarà anche qualche controversia positiva. Forse Cognac Old Fashioned? I barman di tutto il mondo celebreranno il padre di tutti i cocktail, l'Old Fashioned, e useranno i propri barspoon per mettere in mostra la propria creatività classica e innovativa per dieci giorni, a novembre. L'Old Fashioned Week (OFW) è una manifestazione annuale mondiale che riguarda il mondo dei cocktail, e aumenta audacemente il proprio impatto rispetto al terzo anno, il 2017. Per il 2018, presenta ambasciatori in 13 diverse zone internazionali per abbracciare molte delle città più rilevanti al mondo per quanto riguarda i cocktail. Quest'ambasciata di grandi esperti e scrittori che si occupano di alcolici incoraggerà i bar a servire il cocktail Old Fashioned più classico, innovativo, originale, pregiato e audacemente diverso. Puntano a estendere la leggenda che lo rende il cocktail più duraturo e famoso nei bar di qualità (nei World's 50 Best Bars). I bar sono invitati a partecipare registrandosi sul sito dell'OFW entro il 20 ottobre, e tenendosi pronti per l' Old Fashioned Week dall'1 al 10 novembre 2018. Quindi aspettatevi di sentire la richiesta "Mixami un Old Fashioned" da parte di esigenti bevitori di cocktail nei bar preferiti. Il nuovo sito www.old-fashioned-week.com è online dal 4 settembre. La Old Fashioned Week è passata da evento modesto ad appuntamento mondiale, grazie al suo creatore Michael Landart del Maria Loca, il famoso bar di quartiere a Parigi, e all'amante del rum Cyrille Hugon, che ha fondato il Paris Rum Fest e il Rumporter Magazine.

Novità del 2018 – più partecipazione, impatto, divertimento e più premi

La Old Fashioned Week punta a coinvolgere più di 1.200 bar in 48 Paesi (aumentando rispetto agli 800 partecipanti del 2017). La OFW è ormai una importante data mondiale. I partner a livello internazionale saranno sei noti brand: Angostura Bitters, Rum Havana Club, Tequila Altos (per le attività degli Stati Uniti), J.M Agricole Rhum dalla Martinica, Monkey Shoulder Blended Scotch Malt Whisky, e i benvenuti nuovi brand per il 2018, Cognac Ferrand e Bourbon Woodford Reserve per conferire un audace innovazione al cocktail Old Fashioned. I bar serviranno gli Old Fashioned usando almeno due di questi brand. I consumatori potranno godersi eventi e promozioni concepiti individualmente e in generale potranno divertirsi bevendo il buon vecchio Old Fashioned. I bar approvati potranno annunciare le proprie attività sul sito dell'Old Fashioned Week e mostrare le proprie creazioni tramite i social media della OFW. I consumatori scaricheranno un pass gratuito per le loro visite ai bar e potranno godersi i suggerimenti di barman superstar. Ci sarà una gara per il miglior Old Fashioned al mondo, sulla base di video, divertimento e impatto generati dal bar. Per il secondo anno consecutivo, è stato chiesto ai primi 50 bar di questa competizione molto rispettata: "Quale cocktail vendete di più?" Risposta: "The Old Fashioned".

Cyrille Hugon commenta: «Il mondo adora un cocktail Old Fashioned fatto a dovere. Quest'anno stiamo espandendo la nostra rete di entusiasti ambasciatori e non vediamo l'ora di coinvolgere ancora più bar e barman di qualità. La Old Fashioned Week è una celebrazione del patrimonio del cocktail e delle capacità dei barman. Il nostro desiderio è anche di supportare i bar al fine di attirare clienti e aumentare la vendita dei loro cocktail.

Ogni città importante ha bar che offrono distillati di qualità. I bevitori sofisticati rimarranno fedeli ai propri Old Fashioned ma non mancherà una nuova generazione di consumatori che desiderano in nuove esperienze di consumo».

Come realizzare un Old Fashioned classico:

Bicchieri: old fashioned / tumbler / rocks glass

- 4 cl di distillato tra Bourbon / Rum / rye Whiskey / Scotch Whisky/ Cognac

- 1 dash di Angostura Bitters

- 1 zolletta di zucchero

- 1 scorza d'arancia o limone

- 1 ciliegia al Maraschino

Procedimento: miscelare il bitter e lo zucchero con uno spruzzo di soda nel bicchiere, per un minuto.

Aggiungere il distillato e colmare il bicchiere di ghiaccio. Decorare con la scorza di agrume e ciliegina. Il gusto percepito dovrebbe essere un

aroma fruttato con la dolcezza dell'agrume, che tuttavia permetta ai sapori del distillato di emergere.



Com'è stata concepita la Old Fashioned Week

Lanciata nel 2015 su iniziativa di Michael Landart del bar Maria Loca di Parigi e da Cyrille Hugon, la Old Fashioned Week coinvolgeva 50 bar storici della Francia, che sono poi aumentati a 180 bar internazionali nel 2016, con 14 paesi coinvolti. Nel 2017 l'obiettivo era di triplicare il numero. La OFW è un evento aperto a tutti i locali che affermano di servire cocktail di qualità e che sono appassionati di cultura dei cocktail. L'iniziativa coinvolge eventi e lezioni professionali organizzate dai bar partecipanti e/o dai principali brand partner. È anche una grande manifestazione per i consumatori, che possono immergersi nel mondo esuberante di un cocktail sempre di moda, reso perfetto.

Old Fashioned Week Cocktail Competition

L'Old Fashioned Cocktail Week quest'anno eleva il suo standard. Lancia una sfida ai barman ai bar per creare i migliori Old Fashioned al mondo: classici, contemporanei o d'avanguardia. La competizione video-based è aperta solo ai bartender professionisti, e il primo premio comprende una visita di tre giorni al Paris Rum Fest 6-8 aprile 2019. Il regolamento è sul sito www.old-fashioned-week.com con la possibilità di partecipare sino al 30 novembre. I criteri di valutazione includono l'originalità della ricetta stessa, tecnica, la qualità del video, il livello di coinvolgimento dei social media e i like. I risultati saranno annunciati il 15 gennaio 2019. Questa novità è in collaborazione con uno degli sponsor di OFW, Toschi Amarena. Michael Landart, co-fondatore di OFW e proprietario del bar parigino Maria Loca, sarà a capo della giuria di giudici. Per informazioni: bestoldfashioned@old-fashioned-week.com

Numero di bar partecipanti nel 2017

Stati Uniti e Messico: 88; Sud America: 32; Europa: 578; Sud Africa: 2; Asia: 100; Australia: 2

Brand internazionali partner

Angostura Bitters

Altos Tequila (per le attività degli Stati Uniti della OFW)

Cognac Ferrand

Havana Club Rum (eccetto per le attività degli USA della OFW)

J.M Agricole Rhum della Martinica

Monkey Shoulder Blended Scotch Malt Whisky

Woodford Reserve

www.angostura.com

www.altostequila.com

www.pierreferrandcognac.com

www.havana-club.com

www.rhum-jm.com

www.monkeyshoulder.com

www.woodfordreserve.com

www.old-fashioned-week.com

TUTTI I DRINK DI BOND

SHAKEN – DRINKING WITH JAMES BOND & IAN FLEMING

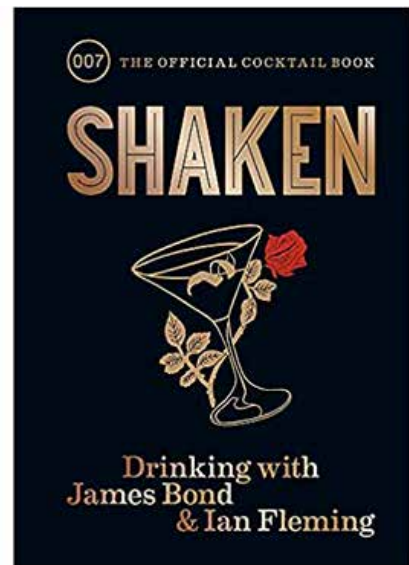
IAN FLEMING – IAN FLEMING PUBLICATIONS – EURO 15,00 – 225 PAGINE
CONTRIBUTI EDITORIALI DI EDMUND WEIL E JOSEPHINE LANE

Lo stile di vita di James Bond è il desiderio che tutti i suoi fan vorrebbero emulare: auto veloci, luoghi esotici e casinò opulenti sono sinonimi del mondo bondiano di Ian Fleming. Ma gli appassionati della saga sanno bene che i cocktail rappresentano uno degli aspetti più glamour dei romanzi dello scrittore britannico.

Pubblicato in collaborazione con la Ian Fleming Estate, *Shaken* celebra la cocktail culture che l'autore fa esprimere al suo personaggio. Le 50 ricette presenti nel libro sono state sviluppate dallo Swift Bar di Soho a Londra. Che si tratti del Martini preferito, presente in quasi tutti i romanzi, o dei rinfrescanti Negroni o Daiquiri, i drink importanti e accuratamente elaborati sono una caratteristica costante nelle avventure di Bond.

Le ricette sono divise in cinque categorie: straight up, on the rocks, tall, fizzes e exotic. Tra queste vi sono creazioni dello Swift in tema bondiano (Smersh, Mooney penny, That Old Devil M e Diamonds Forever) e i classici cocktail di Bond, di cui i più noti sono dieci. Dal primo romanzo, *Casino Royale*, in cui Bond chiede il Vesper, all'immortale frase del Martini "agitato e non mescolato", che appare per la prima volta in "Diamonds Are Forever".

Il Martini era il drink preferito di Fleming. Quando provò per la prima volta il Vesper,



il cocktail da lui inventato per Bond, lo giudicò talmente orribile da non farlo bere mai più al suo personaggio. Ci stupisce la mancata citazione dell'Americano. Ogni ricetta è accompagnata da estratti degli scritti di Fleming con la descrizione del momento in cui si celebra il drink, il luogo, il personaggio o la trama che l'hanno ispirato. Molto bene e riccamente illustrato nel libro vi sono anche alcuni passaggi di Fleming che parlano di Whisky, Gin e altri spiriti. La prefazione del libro è di Fergus Fleming, nipote dello scrittore. *Shaken* è appena arrivato nelle librerie. Visto l'enorme seguito che il mito Bond ha nel mondo non dubitiamo che *Shaken*, oltre che per gli appassionati di cocktail culture, diventi un successo editoriale.

Alessandro Palanca



Merano
WineFestival
since 1992

THE INTERNATIONAL WINE & FOOD EXCELLENCE



SPIRITS EXPERIENCE

tasting mixology education

9-12 Nov 2018

Promenade - Lungo Passirio

W&C
WHISKY & CO

TERRY THOMAS
Project

WRoma
hiskey
Festival

BarTales
www.bartales.it



**PURO
GHIACCIO**

info@puroghiaccio.it
www.puroghiaccio.it

