

BarTales

ANNO VIII | N. 6 | FEBBRAIO 2021

HOT SPIRIT
LA CARICA
DEGLI ANALCOLICI

COCKTAIL STORY
QUEIMADA GALLEGA

ZOOM
L'UNIONE
CHE EMOZIONA



LIQUID STORY

**PERRIER,
COME UNO
CHAMPAGNE**



- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
CHIC E SALUTARE
- 6** **News** DAL MONDO
- 10** **Liquid Story/1** di Alessandro Palanca
PERRIER, COME UNO CHAMPAGNE
- 30** **Zoom/1** di Valentina Rizzi
L'UNIONE CHE EMOZIONA
- 40** **Hot Spirit** di Fabio Bacchi
LA CARICA DEGLI ANALCOLICI
- 54** **Cocktail Story/1** di Luca Rapetti
A TUTTO GAS
- 70** **Report** di Giulia Arsellì
AGAVE E READY TO DRINK
- 80** **Liquid Story/2** di Alessandro Palanca
IL VINO DEL FIGLIO DEL RE
- 90** **Zoom /2** di Bastian Contrario
ALLA CORTE DEI BARMAN
- 100** **Cocktail Story/2** di Alessandro Palanca
QUEIMADA GALLEGA
- 108** **Trend** di Theodora Sutcliffe
SOPRA IL CIELO DI HO CHI MINH
- 122** **Bookcorner** di Alessandro Palanca
CINQUANTA RICETTE PREZIOSE



10



30



54



70



80



90



100



108

BarTales



ANNO VIII | N. 6 | FEBBRAIO 2021

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giulia Arsellì, Bastian Contrario,
Alessandro Palanca, Luca Rapetti,
Valentina Rizzi, Theodora Sutcliffe**

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



INNOVATIVE
BAR TOOLS

The hand-worked steel created by master craftsmen merges with an innovative idea that makes every single piece unique and exclusive.

The first Bar tools line 100%
Made in Italy designed and
created by

Bruno Vanzan



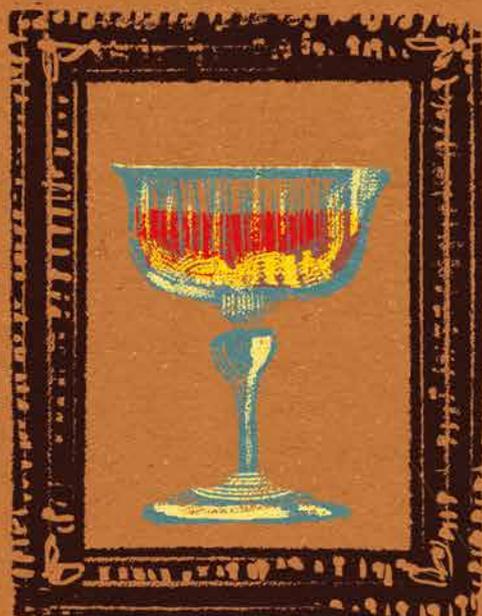
INNOVATIVE
BAR TOOLS



INNOVATIVE
BAR TOOLS



www.brunovanzan.com

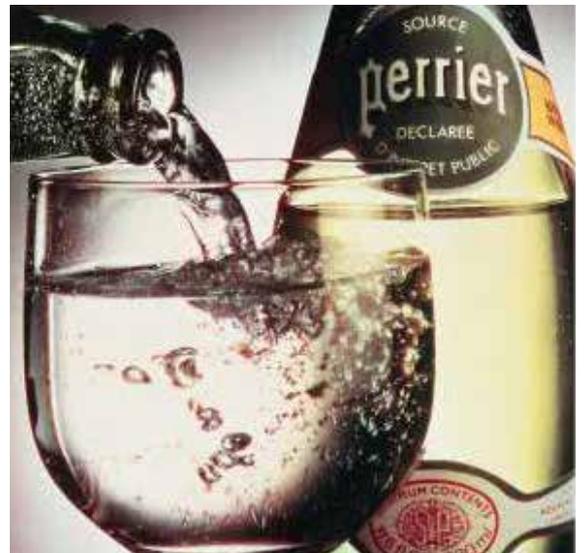


Scopri il progetto.

Bevi responsabilmente.

CHIC E SALUTARE

Purissima, virtuosa e glamour. Che cosa potrebbe desiderare di più un'acqua minerale? Tanto più se è conosciuta in ogni continente, con un miliardo di bottiglie vendute ogni anno in oltre 140 paesi. È la "Perrier" (a pag. 10). E il nome non necessita altro. Basta da solo a evocare una storia antichissima, una fonte (termale) apprezzata già dai Romani, una bottiglia e un'etichetta semplicemente iconiche. "Perrier" non è soltanto l'acqua sodata più famosa al mondo. Stigmatizza un modo di bere, un modo di essere che disegna la geografia dei luoghi più *cool*, più esclusivi. Simbolo di uno stile di vita chic e anticonvenzionale. Insomma, il premium drink, frizzante e naturale, perfetto alleato di cocktail e long drink. Ma l'acqua di Vergèze, priva di zucchero, caffeina e calorie, rappresenta anche un'alternativa all'alcool. Una scelta salutare che va nella direzione tracciata dal nuovo mood che spinge gli analcolici (a pag. 40) a intercettare quell'esigenza alcohol-free di un bere ricercato e salutista. Sempre più in crescita. Cominciata qualche anno fa, a Hollywood, durante i party più esclusivi e con le star di Los Angeles intente a organizzare vere e proprie gare tra gli ospiti per creare drink senza alcol. Una direzione confermata dalle analisi di mercato che evidenziano come più del 30% delle persone di età pari o superiore a 18 anni, negli Stati Uniti, non abbia bevuto alcolici nell'ultimo anno. Succede anche in Europa. Nel Regno Unito, negli ultimi due anni, il mercato delle birre con poco o senza alcool è cresciuto quasi del 400%. Lo stesso in Germania, dove il recente exploit delle birre analcoliche ha portato buona parte dei bar tedeschi ad inserire all'interno della propria drinklist almeno un tipo di birra "alcohol free". Un trend che per i prossimi anni lascia presagire un vero e proprio boom.



COGNAC PREZIOSO

Dal 31 gennaio al 9 febbraio sul sito Whisky Auction si svolgerà l'asta di cinque preziose bottiglie di Cognac. Le bottiglie del 1777, 1802, 1812, 1906 e 1914 provengono da una collezione privata che il proprietario acquistò nel 2003 da Jacques Hardy, dell'omonima famiglia produttrice di Cognac. Ogni Cognac viene fornito con un certificato di autenticità scritto da Hardy. Il gioiello della collezione è l'annata 1777, donata allo zio di Jacques, James Hardy, il giorno del suo matrimonio dai suoceri, la famiglia Yvon. Il prodotto è stato distillato a Domaine de la Vie nella zona della Grande Champagne e invecchiato in botti di rovere per circa 100 anni. Fu poi trasferito in damigiana e imbottigliato nel 1936. Sul certificato di autenticità, Jacques ha scritto che «nonostante la sua importanza, nel tuo bicchiere questo Cognac mostrerà l'aroma di un bouquet morbido e dei fiori dei fiori di vite a giugno in Charente».



SPECIE PROTETTA

«Il Gin è una categoria protetta dalla legislazione dell'UE e del Regno Unito e, tra gli altri requisiti, non deve essere inferiore al 37,5% di alcol». Lo ha dichiarato Nicholas Cook, direttore generale di The Gin Guild che vede crescere «marchi di prodotti non Gin a bassa gradazione alcolica venduti come Gin. Non c'è niente di sbagliato nel produrre o vendere prodotti non Gin, ma l'industria del Gin non può permettere ad altri prodotti di fregiarsi del successo della categoria. Devono commercializzarsi onestamente e assicurarsi di non fuorviare deliberatamente o inavvertitamente i consumatori». Cook, tuttavia, ha elogiato Diageo per il lancio di Gordon's 0% alcol, che si è preoccupata che il nuovo prodotto non fosse descritto come un Gin.

72 YEARS OLD

L'imbottigliatore scozzese Gordon & MacPhail presenterà a giorni, a Hong Kong, il suo single malt Glen Grant 72 yo distillato nel 1948 e maturato in una botte di quercia americana ex Sherry, che ha conferito «una profonda tonalità ambrata». Di questo raro Whisky esistono 290 decanter. La bottiglia numero 88 ha debuttato all'asta Bonhams di Hong Kong il 29 gennaio scorso. Imbottigliato a 56,2° di alcol, il Whisky è confezionato in un decanter Dartington Crystal con un design che rappresenta l'età della botte ed è ispirato agli anelli di crescita annuali di un albero. Il decanter è contenuto in una scatola in noce nero americano.



MENO ALCOL

Nel Regno Unito, nell'ultimo anno, le vendite di "liquori" analcolici e cocktail zero alcol, tramite il servizio di consegna Uber Eats, sono aumentate del 280 per cento. Secondo la piattaforma statunitense di consegne a domicilio, durante il lockdown, il consumo di alcolici, analcolici e cocktail è quasi quadruplicato. I cocktail zero alcol sono state le bevande più richieste ordinate dall'app, superando i consumi di birra e vino a bassa gradazione.

Tant'è che sulla propria app Uber Eats ha all'attivo un'ampia gamma di opzioni per acquisto di prodotti a 0% ABV attraverso una rete capillare di negozi e ristoranti.



AROMA ITALIANO

Centinaia di referenze e una previsione di crescita che ipotizza l'incremento, fino al 2027, di oltre il 7%. È il "nuovo" mondo dell'acqua tonica che con aromatizzazioni sempre diverse cementa, moltiplicandone le combinazioni, l'antico sodalizio con il Gin. Se in principio fu Schweppes, la tonica ancora più famosa al mondo, è ora il tempo dei brand italiani. Alcuni di quelli nati negli ultimi anni sono lanciatissimi in un mercato con grandi possibilità di espansione.

LA GUERRA DEI DAZI

I grandi gruppi commerciali americani della spirit industry si accingono a chiedere al nuovo presidente degli Stati Uniti di sospendere, entro i primi 100 giorni dall'insediamento, le gravose tariffe sugli alcolici promosse da Trump. Alcuni prodotti provenienti dalla UE sono ora soggetti a una tariffa del 25% negli Stati Uniti. Questa mossa fa parte di una controversia in corso tra Stati Uniti e UE per quanto riguarda i produttori di aerei Airbus e Boeing. A sua volta l'UE ha reagito nel novembre 2020 con una tariffa del 25% sulle importazioni di spiriti statunitensi. Per raggiungere entrambi gli obiettivi si spera di porre fine ai dazi statunitensi che incidono sul vino e sugli alcolici europei e fare pressioni sull'UE per porre fine al tariffa sul Whiskey americano.





ARE YOU **WHISKY**

WHATEVER

OR **R**



Gruppo Meregalli
www.meregalli.com

Bevi responsabilmente.



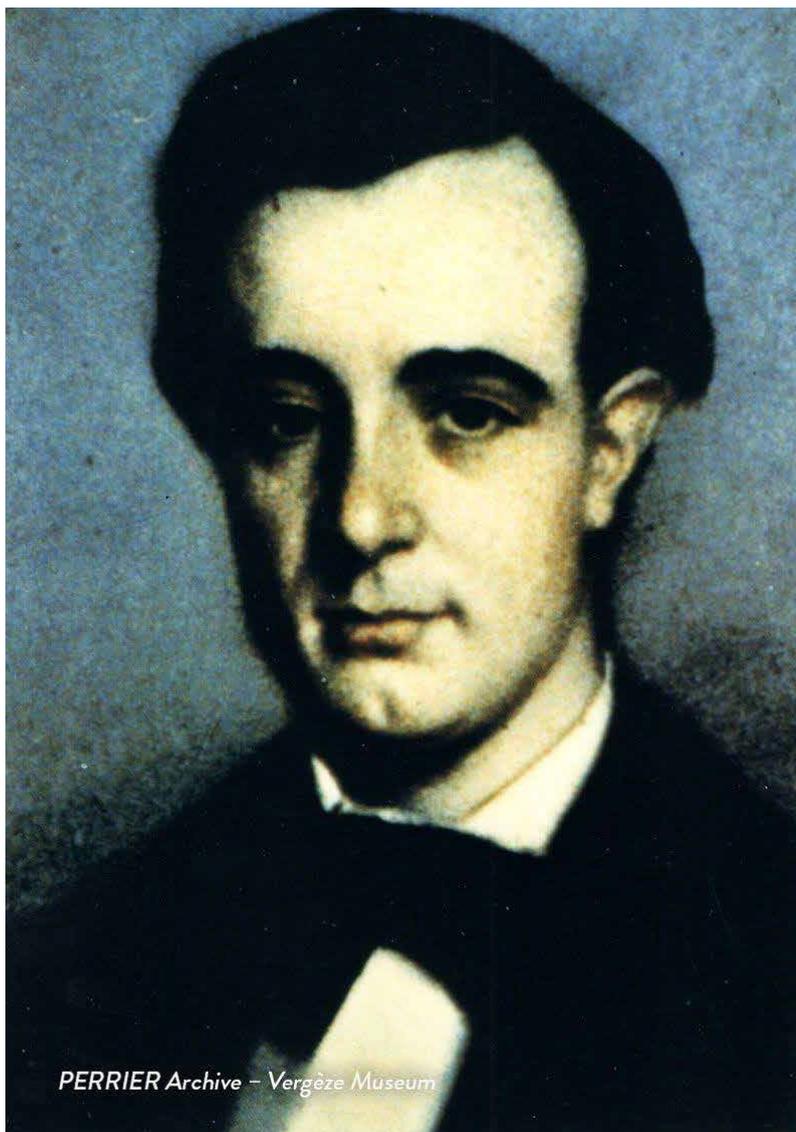
MEREGALLI
Spirits

HUM SPIRITS

PERRIER, COME UNO CHAMPAGNE

È la soda più famosa al mondo. Un mondo di bollicine che ha fatto storia

DI ALESSANDRO PALANCA FOTO ARCHIVIO PERRIER



È certamente l'acqua sodata più famosa del mondo, il suo brand è un modello che ha saputo costruire una storia unica e conquistare generazioni di consumatori. Perrier non è una soda, è Perrier.

La sua sorgente è a Vergèze, un piccolo comune francese di poco più di 4.000 abitanti situato nel dipartimento del Gard nella regione dell'Occitania. In questo territorio vi sono le fonti Les Bouillens dalle quali sgorga un'acqua naturalmente gassata. Questa unica e naturale combinazione di acqua piovana e gas di origine vulcanica risale a 120 milioni di anni fa.

Le continue eruzioni all'origine del mondo che conosciamo furono la scintilla che cementò l'unione tra i due elementi, testimoni i dinosauri, una coppia che ancora oggi sembra vivere una storia infinita che continua ad appassionare generazioni di consumatori in tutto il mondo. Come due innamorati, acqua e anidride carbonica furono soprannominati "Les Bouilliens", e le loro bollicine si sarebbero diffuse in tutto il mondo.



PERRIER Archive - Vergèze Museum

PERRIER
IN APERTURA
LOUIS EUGENE
PERRIER.
QUI A SINISTRA
LO
STABILIMENTO
PERRIER NEL
1927.
IN BASSO LE
TERME A
VERGEZE.

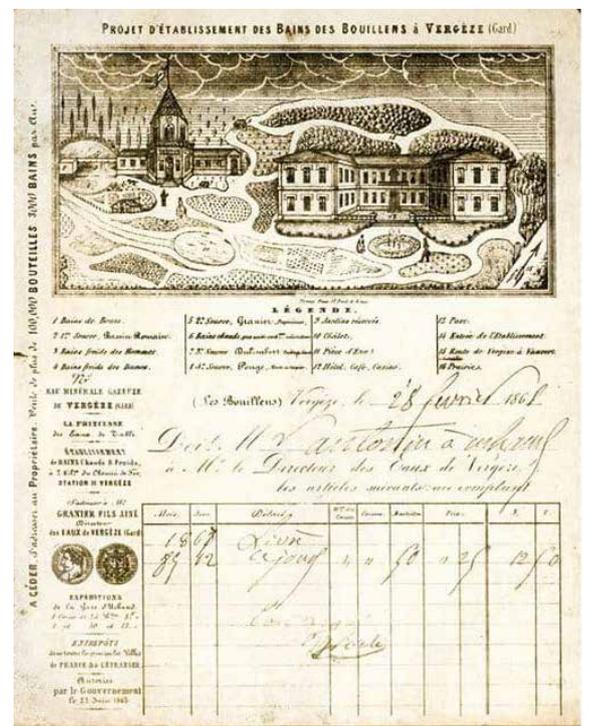


PERRIER Archive - Vergèze Museum

E fu così che Les Bouilliens divenne la prestigiosa fonte Perrier.

Nel 58 a.C. la sorgente era già utilizzata come centro termale dagli antichi

romani durante la loro permanenza nella Gallia francese, la leggenda narra che anche Annibale vi si abbeverò nel 218 a.C. durante la sua marcia di avvicina-



PRODUZIONE
 IN ALTO IL
 CASTELLO DI
 VERGEZE, OGGI
 MUSEO
 PERRIER.
 QUI SOPRA
 UN'ANTICA
 ETICHETTA.
 A DESTRA,
 1868
 PROGETTO
 DELLO
 STABILIMENTO
 SPA LES
 BOUILLENS.

mento verso Roma. A metà del 1800 in tutta la Francia erano rinomate le “ville d’eaux”, località termali che divennero frequentatissime mete turistiche. Cominciarono a sorgere le SPA (*salus per aquam*) e un decreto di Napoleone III del 23 giugno 1863 concesse anche alla sorgente Les Bouilliens di Vergèze la licenza necessaria per l’utilizzo commerciale della sua acqua. Cominciarono ad arrivare folle di turisti che si immergevano e bevevano quell’acqua naturalmente frizzante.

Nel 1898 il Dottor Louis Eugène Perrier divenne il direttore sanitario della fonte. Perrier era già esperto nella dire-

zione sanitaria di centri termali, analizzò a fondo le proprietà di quell’acqua, quindi si dedicò al processo di imbottigliamento per la sua commercializzazione. Il problema era la mancanza dei fondi necessari. Bisognerà attendere degli anni prima che accadesse un importante avvenimento.

A Vergèze arrivò un facoltoso signore inglese, Sir John Harmsworth, fratello del magnate della stampa britannica.

Underberg®

BEVI RESPONSABILMENTE



the
bitter dose
for a perfect
Cocktail

distribuito da onestigroup.com

DAL BURBERO CATALDO L'AMARICANTE BASTALDO

BEVI RESPONSABILMENTE

DISTRIBUITO DA ONESTIGROUP SPA

NOLOGOWEB.IT





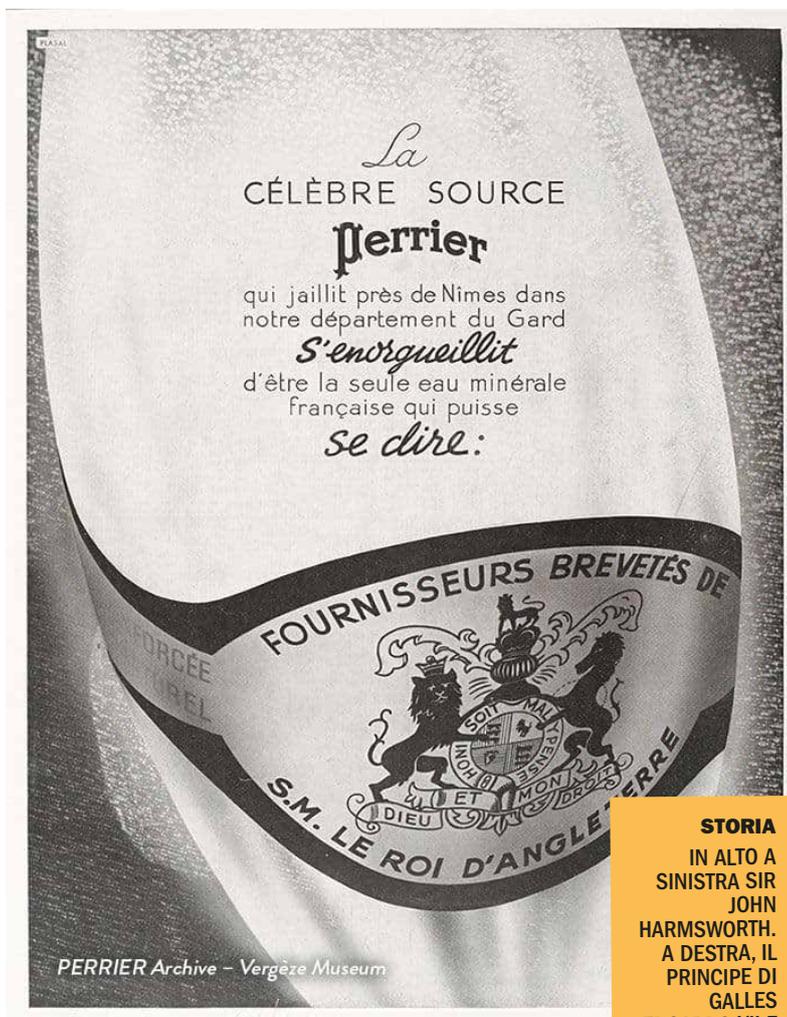
PERRIER Archive - Vergèze Museum

John Harmsworth si era stabilito in zona per studiare il francese. Il suo incontro con il Dottor Perrier segnò un punto di svolta nella storia di quella sorgente. Harmsworth si accordò con Louis Perrier, vendette la sua quota di partecipazione nei giornali di famiglia, acquistò la sorgente e la rinominò Les Bouilliens in Source Perrier. Adesso c'erano le condizioni necessarie per la commercializzazione su larga scala dell'acqua finalmente imbottigliata. Quell'acqua minerale era destinata ad arrivare ovunque nel mondo.

Eau Perrier divenne il simbolo di una fortunata unione franco britannica e l'Inghilterra fu il primo mercato a essere conquistato. Il prestigioso e ambizioso riconoscimento Royal Warrant "By Appointment to His Majesty the King" orgogliosamente riportato in etichetta fu una naturale conseguenza. Quando si dice un trattamento regale.



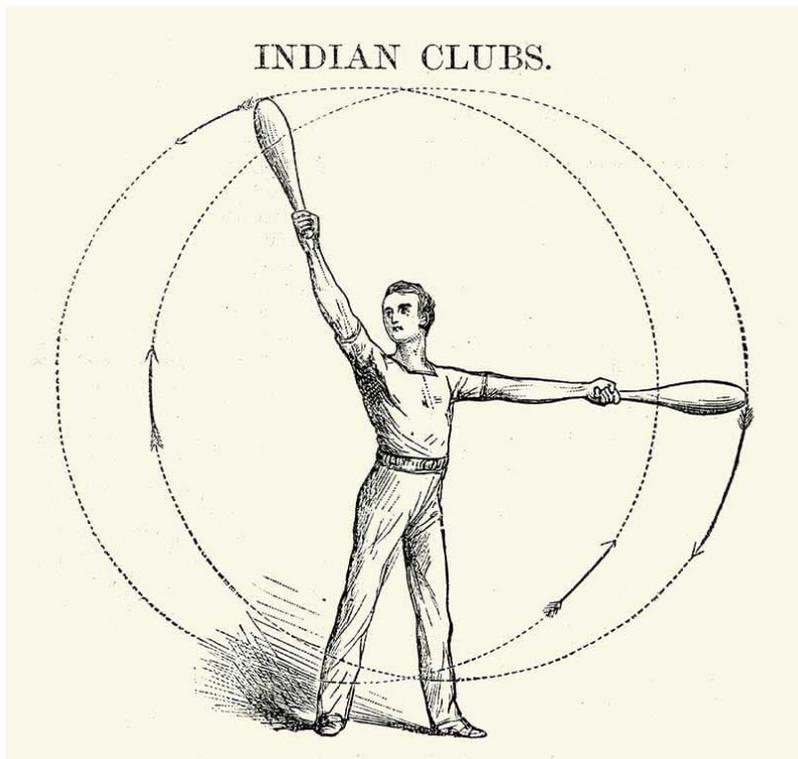
PERRIER Archive - Vergèze Museum



PERRIER Archive - Vergèze Museum

STORIA
 IN ALTO A SINISTRA SIR JOHN HARMSWORTH. A DESTRA, IL PRINCIPE DI GALLES EDOARDO VII E WINSTON CHURCHILL BEVONO PERRIER. QUI SOPRA ROYAL WARRANT.

Nel 1906 in seguito a un incidente automobilistico, John Harmsworth rimase paralizzato. Secondo le cronache iniziò

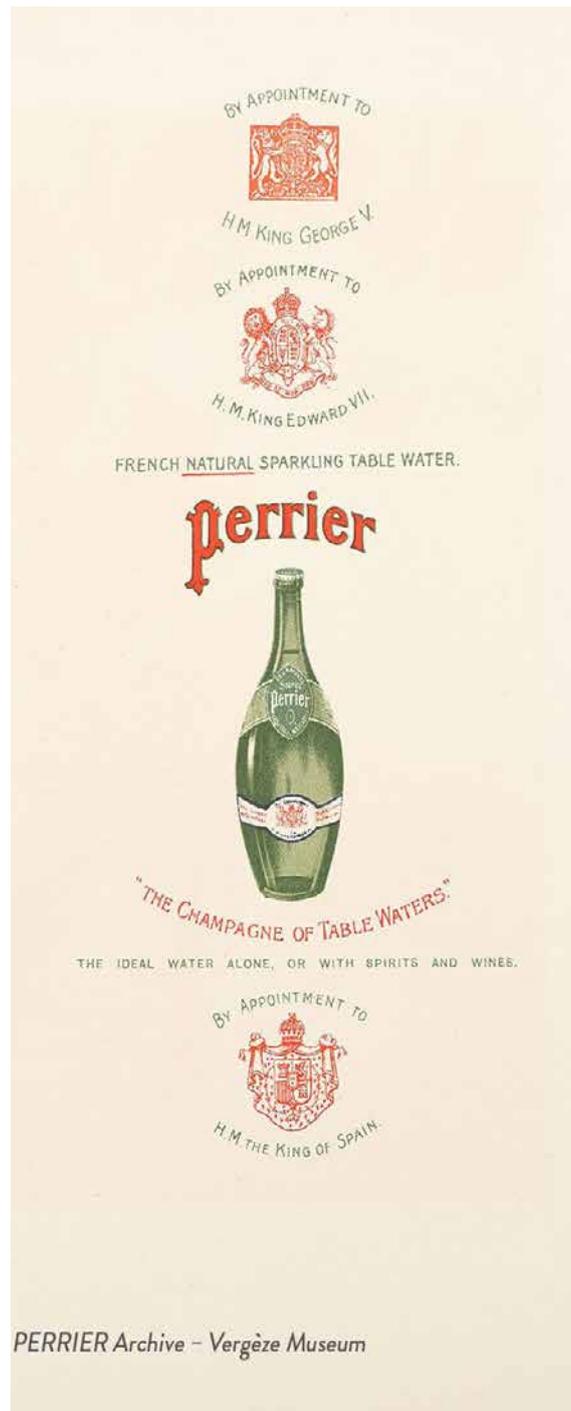


BRAND

IN ALTO LE CLAVETTE INDIANE. NELLA FOTO A DESTRA LA PUBBLICITÀ "LO CHAMPAGNE DELLE ACQUE".

una terapia di riabilitazione per recuperare qualche funzionalità usando dei birilli, delle clavette indiane. È in quel momento che nacque l'idea di ispirarsi a quell'attrezzo per il disegno di una bottiglia a forma di pera che sarebbe rimasta distintiva per sempre.

Il segreto di quell'acqua era nell'effervescenza che nessun'altro concorrente



PERRIER Archive - Vergèze Museum

poteva vantare. L'acqua era inizialmente depurata del suo gas naturale, quindi veniva imbottigliata nuovamente addizionata di anidride carbonica a un livello di carbonatazione esattamente uguale a quello originale della sorgente.

Nel 1908 si tenne la prestigiosa esposizione aziendale "Franco-British Exhibition". Con cinque milioni di bot-

Amaro MANDRAGOLA



Delicious & Delirium

PRODOTTO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARABBI - BEVI AMARO MANDRAGOLA RESPONSABILMENTE

CIHUATÁN

• RON DE EL SALVADOR •



PELLEGRINI S.p.A.

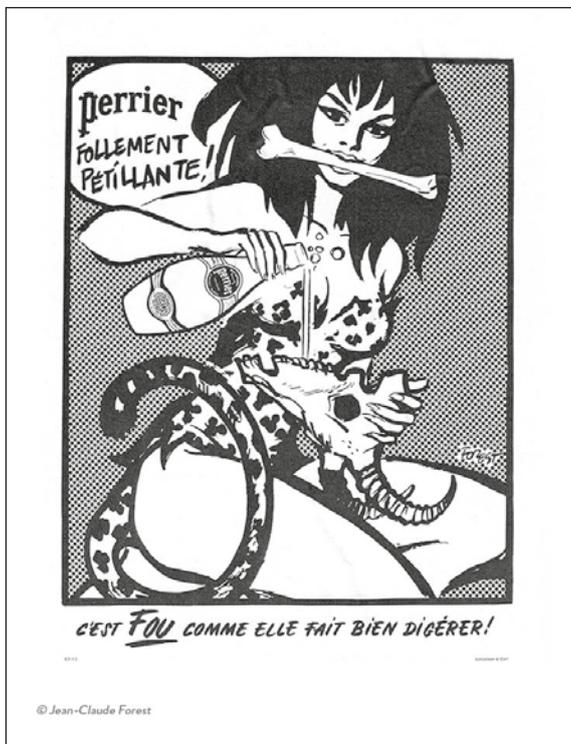
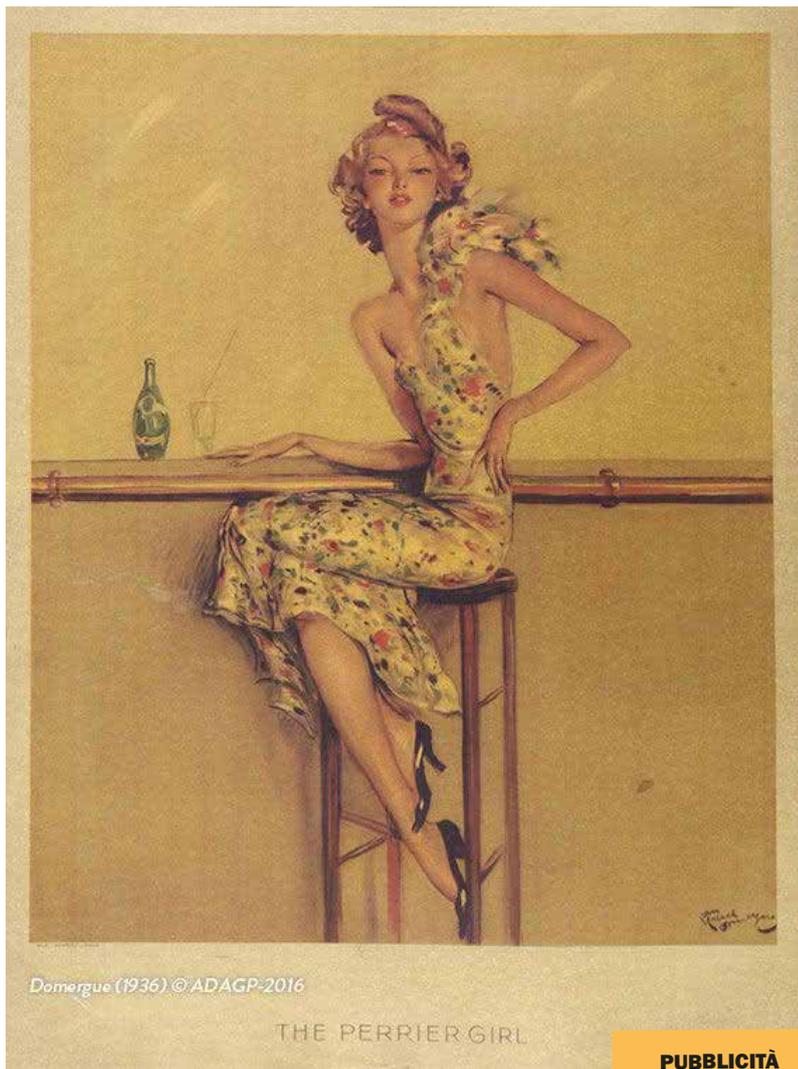
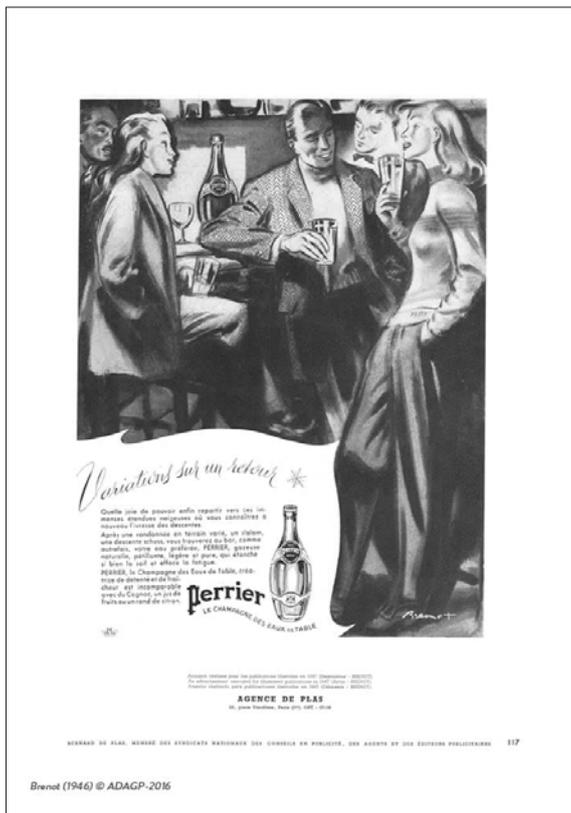
VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

www.pellegrinisp.net - www.roncihuatan.com

 CihuatánRumDE -  roncihuatan -  Pellegrini Spa -  pellegrinisp1904

BEVI RESPONSABILMENTE

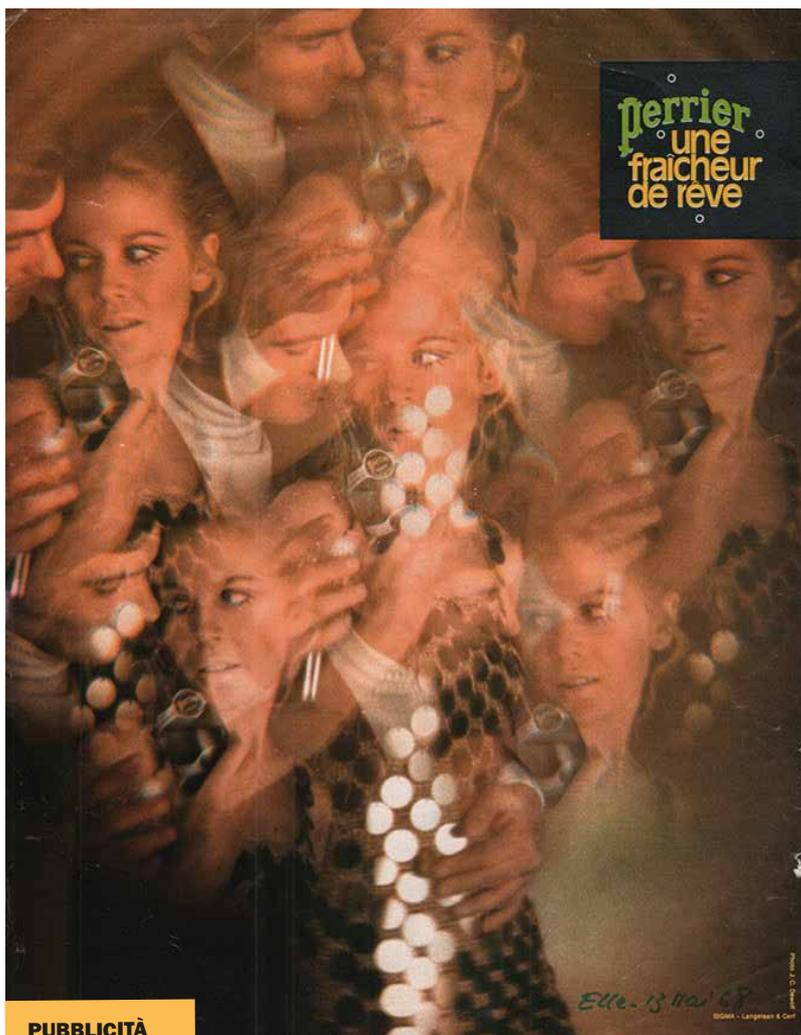


tiglie vendute in Inghilterra e nelle sue colonie, Perrier vinse il Grand Prix des Eaux Minérales Vente de l'Année. Tuttavia si evidenziava una situazione paradossale. Harmsworth aveva capito che

la classe media inglese era sensibile allo stile chic dei francesi. Ma per quanto Perrier fosse ormai comunemente diffusa a Londra, Delhi e Singapore, due capisaldi dell'impero britannico, in Francia sembrava non riscuotere almeno un pari apprezzamento. Per un certo periodo il marchio realizzò il 95% delle sue vendite in Inghilterra e USA.

Gli sforzi aziendali si dedicarono dunque a una nuova missione, la conquista assoluta del mercato francese. Lo stabilimento di Vergèze fu ampliato e rimodernato per aumentare la produzione di quella che secondo le intenzioni doveva divenire lo Champagne delle acque. Al celebre vino erano coniugati i concetti di

PUBBLICITÀ
 QUI SOPRA
 CAMPAGNA
 PUBBLICITARIA
 THE PERRIER
 GIRL, 1936;
 A SINISTRA
 DALL'ALTO:
 PUBBLICITÀ
 VARIATION SUR
 UN RETOUR SKI
 BRENOT 72 NB,
 1946;
 PUBBLICITÀ
 BARBARELLA
 ELLE FAIT BIEN
 DIGERER 72
 NB, 1967.

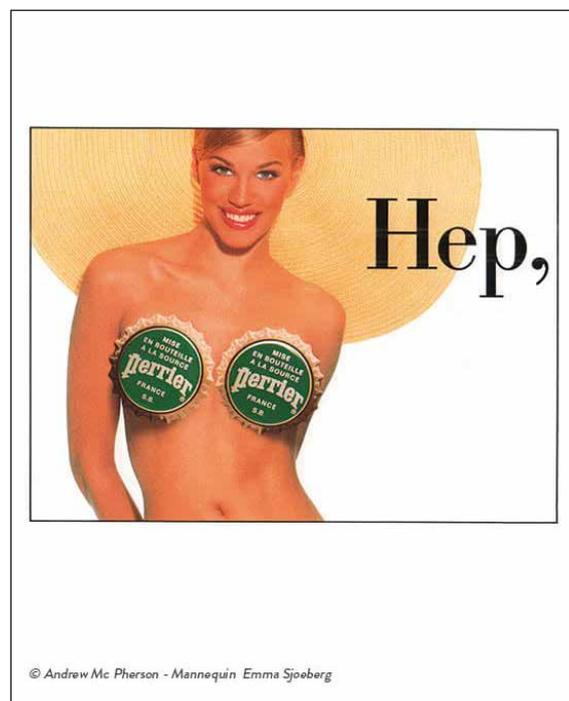
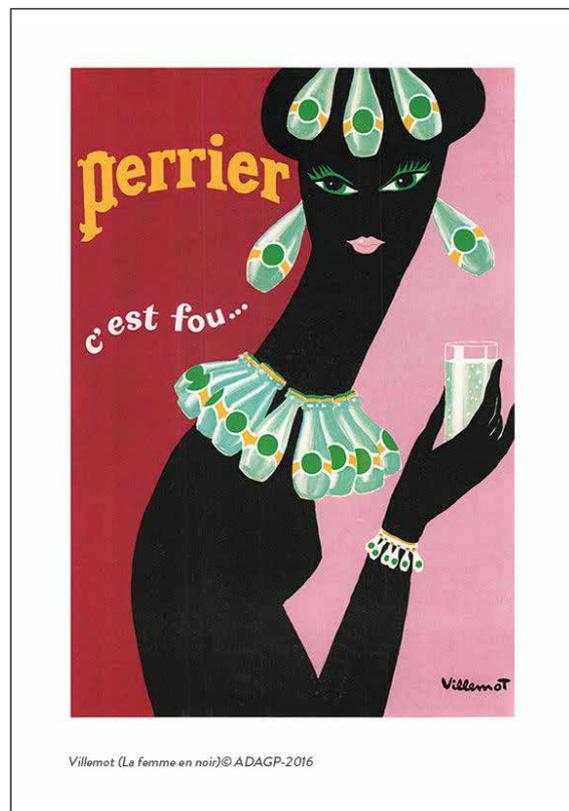


PUBBLICITÀ
 QUI SOPRA
 CAMPAGNA
 PUBBLICITARIA
 UNE
 FRAICHEUR DE
 REV, 1968.
 A DESTRA
 PUBBLICITÀ
 VILLEMOT LA
 FEMME NOIRE
 72 RVB_0,
 1977.
 SOTTO
 CAMPAGNA
 PUBBLICITARIA
 HEP GARCON,
 1992.

festa, gioia, classe ed eleganza. Lo stesso doveva essere per Perrier che doveva arrivare sulle tavole di tutti i francesi. “Champagne des eaux de table” venne riportato sull’etichetta che manteneva comunque le doti curative dell’acqua. Beninteso, Eau Perrier non ha alcun collegamento con gli Champagne Laurent Perrier e Perrier-Jouet. Questi contenuti mai applicati prima a un’acqua minerale avrebbero fatto breccia nei consumatori francesi.

Dopo la seconda guerra mondiale la proprietà del brand Perrier ritornò in mani francesi.

La storia pubblicitaria di Perrier è esemplare di quanto campagne “azzeccate” possano contribuire al fascino e



all’appeal di un brand. Il punto era di far capire al mercato perché si doveva pagare a un prezzo piuttosto caro dell’acqua, un prodotto che poteva sgorgare gratis o quasi dal rubinetto. Icone francesi come la Torre Eiffel, Edith Piaf e il garçon de

imported and distributed by

PALLINI

FLUÈRE

SPIRITO NON ALCOLICO



BEVI RESPONSABILMENTE

PUBBLICITÀ

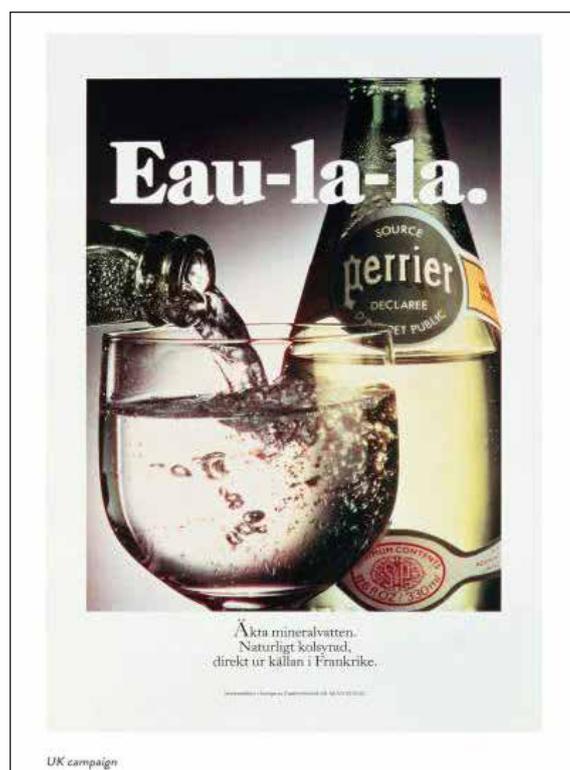
ALCUNE
FAMOSE E
PARTICOLARI
CREATIVITÀ DI
PERRIER.



café hanno svolto un ruolo importante nel mostrare perché Perrier era francese come il can-can: divertente, energico e audace.

Inizialmente era il tema della bellezza femminile francese, dagli anni '30 e sino al 1954 quando la modella francese Denise Perrier vinse Miss Universo. Il suo fortuito cognome originò un gemellaggio che rafforzò la raffinata personalità femminile dell'acqua minerale: «Chi è quella bella ragazza», si chiedeva. «È una ragazza Perrier», si rispondeva.

Da sempre vicina a tutte le arti, alla musica, allo sport, Perrier è nota per le sue affinità con gli artisti francesi. Dornier, Savignac, Jean-Claude Forest sono solo alcuni dei grandi talenti che





IL TUO GIN TONIC È CORTESE



BEVI RESPONSABILMENTE

SCEGLI LA TUA TONICA

La tonica italiana senza coloranti e conservanti, con estratto di china naturale, rende perfetto il gin tonic!
Richiedila nei migliori cocktail bar.

 Bevande Futuriste Premium Mixology

 @cortese_mixology



LA LEGGERA

LA PURA

LA FORTE

LA SCORTESE

LA BIOLOGICA

PUBBLICITÀ
LA CELEBRE
ADV DI
PERRIER CON
LA TOUR
EIFFEL.



hanno prestato il proprio estro creativo al brand. L'artista francese Bernard Villemot immaginò Perrier come un geyser di acqua frizzante. Negli anni '60 nacque la campagna «Crazy Bubbles», a tema fantascientifico, in collaborazione con il fumettista francese Jean-Claude Forest. Dopo Crazy Bubbles, Perrier prese ispirazione dalla cultura pop e nel 1968 fu lanciata la campagna «Une fraîcheur de rêve» (un miracolo di freschezza) con la quale si mostravano giovani coppie che si rilassavano in situazioni frizzanti. Quella stessa freschezza sexy fu rivisitata nel 1992 con «Hep, Garçon!».

Dal 1981 al 2005 il brand ha sponsorizzato il «Perrier Comedy Award» dedicato ai giovani talenti comici, noto anche come «The Perriers», un premio annuale per la commedia comica nel Regno Unito, nell'abito dell'Edinburgh Festival Fringe. I «Perrier Young Jazz Awards» furono istituiti da Perrier nel 1998, anche se non ottennero mai il successo e il

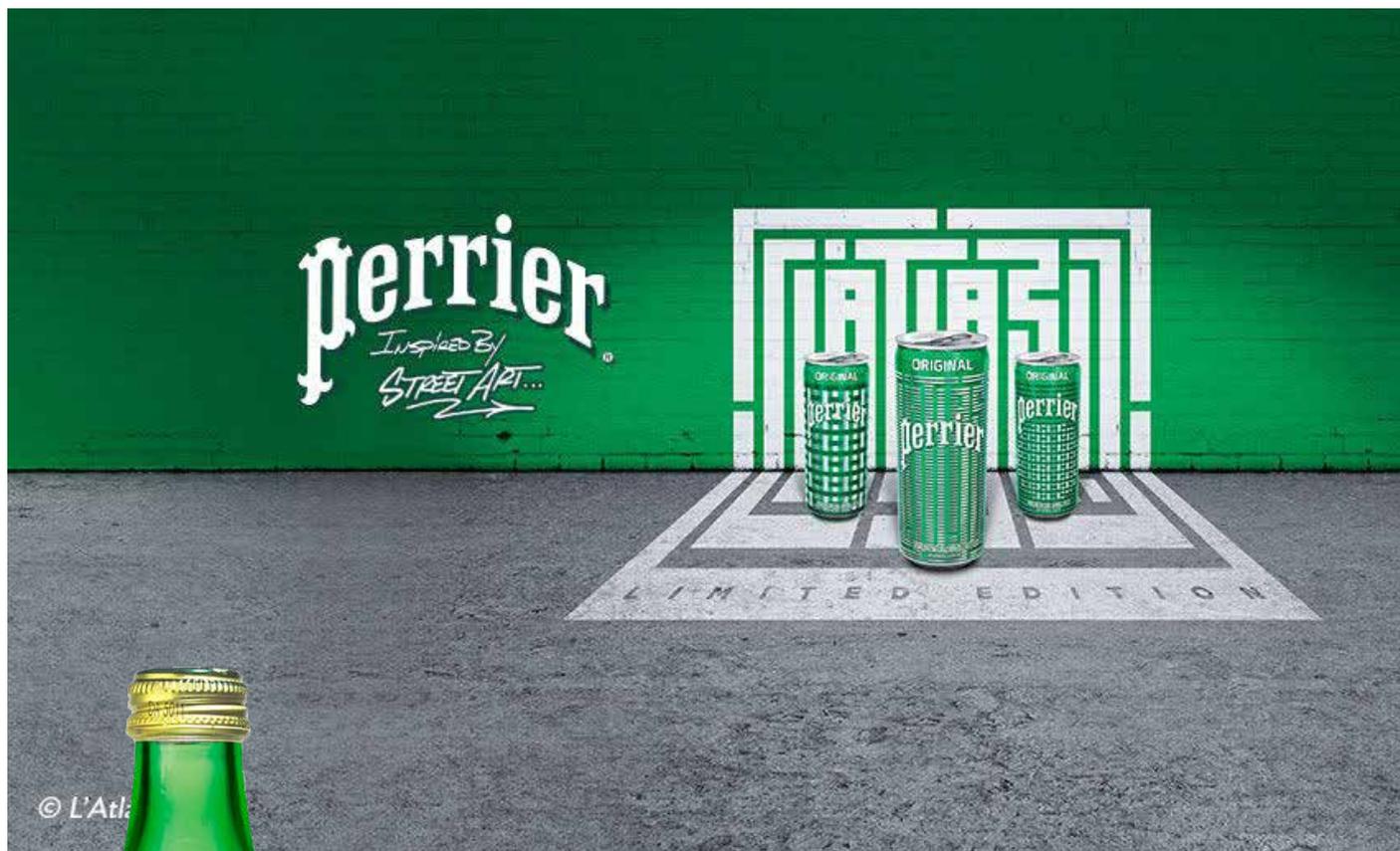
riconoscimento del loro equivalente comico. E poi lo sport. Sia che si servano palline da tennis o bollicine, il torneo di tennis Roland-Garros e Perrier sono icone inseparabili dal 1978. Da quell'anno ogni anno si trovano accolti dal logo di Perrier che domina il Roland Garros in ogni suo aspetto. Questa imprescindibile presenza è stata acquisita anche con il sostegno del leggendario tennista John McEnroe che ne divenne testimonial.

Nel 2011 arrivò Dita Von Teese come musa ispiratrice. La tentazione era il tema del momento, con l'interpretazione erotica di Dita di una classica e seducente ragazza che rimandava a un'evoluzione sexy del consumo dell'acqua. Una nuova ragazza Perrier.

Seppur non su tutti i mercati e seguendo gli attuali trend di acque aromatizzate, oggi Perrier è disponibile in diversi gusti anche: Naturale, Limone, Lime, Pink Grapefruit, Green Apple, Menthe,



—
PURO
DISTILLATO
DI 34 ERBE
—



Strawberry e Watermelon.

Dal 2002 in Francia sono state introdotte nuove varietà, ad esempio l'Eau de Perrier è meno gassata dell'originale e viene fornita in una bottiglia blu. Perrier Fluo è disponibile in gusti come zenzero-ciliegia, menta piperita, arancia-licchi, lampone e zenzero-limone. Nei loro vari formati le bottiglie Perrier hanno tutte la caratteristica forma a "goccia" e sono di un caratteristico colore verde. Molto fiorente la serie delle bottiglie limited edition.

Nel 2013 per celebrare il 150° anno del brand fu presentata una serie di bottiglie in edizione limitata ispirate ad Andy Warhol.

Nel 1990 accadde un incidente che ebbe conseguenze molto gravi sul mercato. Un laboratorio statunitense rilevò un'adulterazione del prodotto durante un controllo. Ciò fu causato da un incidente non previsto in fase di produzione. Il proprietario del brand, il gruppo Nestlé, una delle aziende leader mondiali nel settore alimentare, ritirò il prodotto da tutto il mondo. Si ebbe subito un forte calo delle vendite e l'incidente divenne un caso di studio su come gestire la fiducia del marchio. Da allora Nestlé ha lavorato duramente per garantire che il marchio riconquistasse presto la posizione di uno dei migliori brand mondiali di acqua.

Oggi Perrier è presente in tutti i più noti bar del pianeta, è usata in miscelazione e continua imperterrita a mantenere il suo fascino di soda più famosa del mondo.

Alessandro Palanca



Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



Gin Del Professore

*Refined hand crafted products based on a strong tie to the land,
natural ingredients and traditional classic recipes.*

delprofessore.it

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



— ITALIAN HERITAGE —



SPIRITS SELECTION,
by Concours Mondial de Bruxelles
Vermouth di Torino Superiore
GOLD MEDAL

Tradition, terroir, people

delprofessore.it

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE
— ITALIAN HERITAGE —

*Vermouth di Torino
Classico
Del Professore*

VERMOUTH COCKTAIL

5 cl di Vermouth Classico Del Professore,
2 dash di angostura,
2 dash di orange curaçao.

Mescolare con ghiaccio e versare
in una coupette glass,
finire con zest di limone e d'arancia.



Tradition, terroir, people

delprofessore.it



L'UNIONE CHE EMOZIONA

Insoliti e sorprendenti. Sono gli abbinamenti arditi delle bollicine
Come quello col cioccolato
di Taittinger e Domori

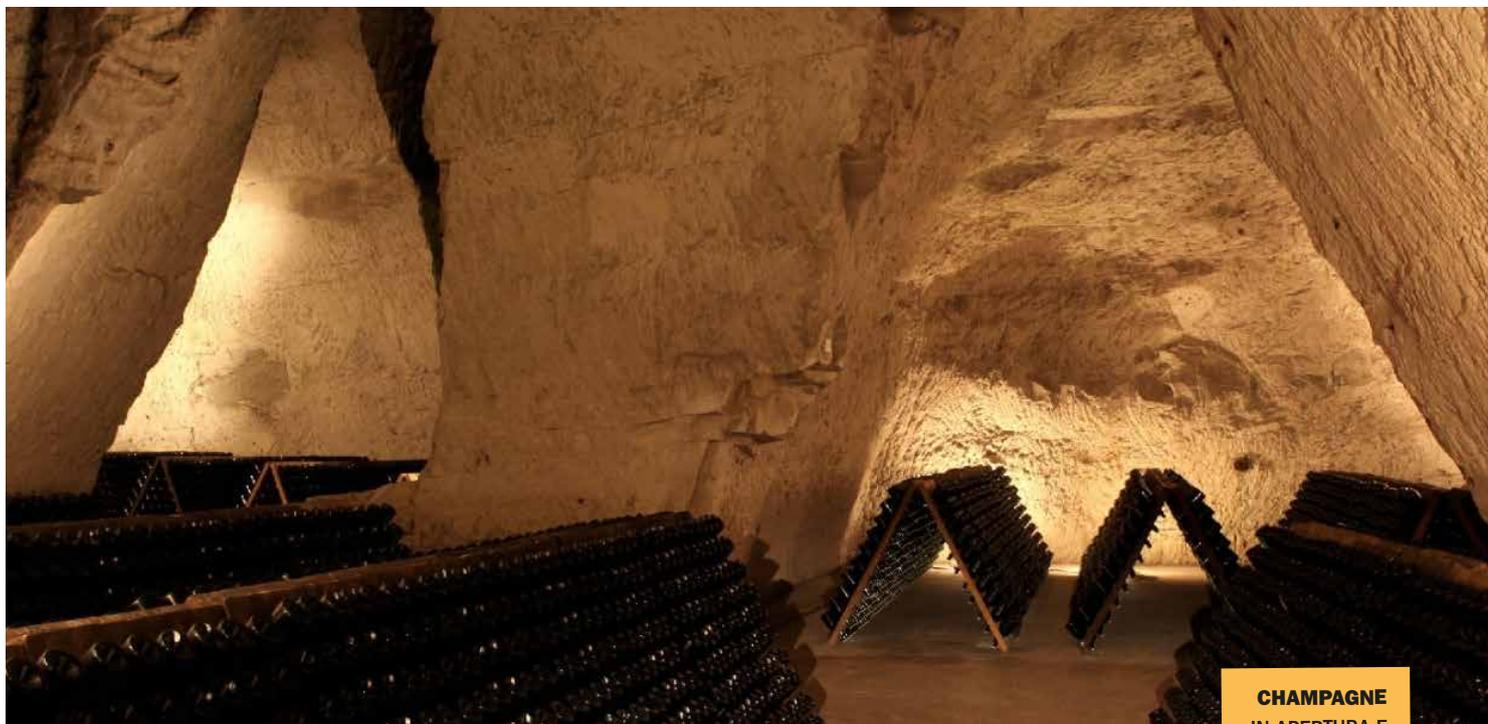
DI VALENTINA RIZZI

Da qualche anno, mi diverto a ricercare gli abbinamenti più “arditi”, andando un po’ contro le regole degli abbinamenti da manuale. Dessert e Champagne? Ardito vero? Ardito sì ma estremamente piacevole!

Taittinger Nocturne Rose e l’avvolgente assaggio di un dolce, magari al cioccolato riscaldano già il cuore. Dalle nuances delicate ma allo stesso tempo complesse, Domori ci regala un cacao perfetto per questo abbinamento: il cacao Trinitario, proveniente dalla regione del Cordoba (Colombia), che nasce dall’incontro tra il cacao Criollo, il più pregiato e il Forastero. Sarà la base al 70% di una mousse al cioccolato accompagnata da fragole fresche e nocciole caramellate; un incontro

di equilibri tra il cacao di base e il nostro Champagne. Alle note dolci di cacao e a quelle di caramello, la bollicina gioca tra l’amaro e il dolce, in contrapposizione tra di loro, ma che si richiamano a vicenda. Arriverete all’ultimo cucchiaino che avrete ancora il sapore dolce del cacao accompagnato sul finale dalla freschezza dello Champagne. Una sensazione piacevole e avvolgente.

Cioccolato e Champagne, dunque. Un connubio di seduzione tra la fava di cacao e la nobile arte di produrre bollicine. Il brand della Maison Taittinger, sceglie Domori (Gruppo Illy), azienda leader nella produzione di cioccolato gourmet, come portatore di un’antica tradizione e quale miglior simbolo di seduzione ed eleganza.



CHAMPAGNE
 IN APERTURA E
 QUI SOPRA LE
 CANTINE
 TAITTINGER.
 QUI A SINISTRA
 PIERRE
 CHARLES
 TAITTINGER.

Entrambi cercavano la qualità, Domori un grande Champagne e Taittinger un distributore con cui avere affinità, non solo di pensiero ma anche di cuore. Due aziende coetanee, entrambe a conduzione familiare, con la vocazione per l'eccellenza.

Il marchio Taittinger fu creato nel lontano 1932 quando Pierre-Charles Taittinger, all'epoca giovane ufficiale, conquistò il Castello di Marquetterie, la cui storia inizia nel 1760 e arriva fino alla Rivoluzione Francese. Questo splendido castello fu il rifugio preferito di molti famosi scrittori francesi, come Voltaire e Jacques Cazotte. Due secoli più tardi divenne sede del quartiere generale dell'esercito francese nella Prima Guerra mondiale. Divenuto "Chateau la Marquetterie" dopo l'acquisizione della casa di Champagne "Forest-Fourneaux" (fondata nel 1734 in collaborazione con i monaci benedettini), costituisce, ancora oggi, un prezioso pezzo di patrimonio della Champagne. Da qui la crescita dell'azienda è stata esponenziale e continua, ma la vera spinta si deve a Claude Taittinger che portò il marchio ai vertici mondiali, dal 1960 al 2005.

Maison Taittinger, una delle più grandi case produttrici di Champagne nel mondo,



con sede a Reims, conta circa 300 ettari di vigneti, 170 lavorati ad aratro senza diserbanti, coltiva uve Chardonnay, Pinot Noir e Pinot Meunier armoniosamente distribuiti su 37 Cru nelle aree della Montagna de Reims e della Côte des Blancs. Per garantire l'integrità e la qualità delle sue uve, l'azienda dispone di tre cantine collocate in tre zone differenti. Così si minimizzano i tempi di trasporto e i possibili attacchi microbici alle uve.

Sotto la sede della maison si trovano le magnifiche vesti dell'abbazia di Saint-Ni-

Rum Malecon

THE RISING INTENSITY

FEEL YOURSELF
CHOOSE YOUR WAY



BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

Producto original de Panamá.

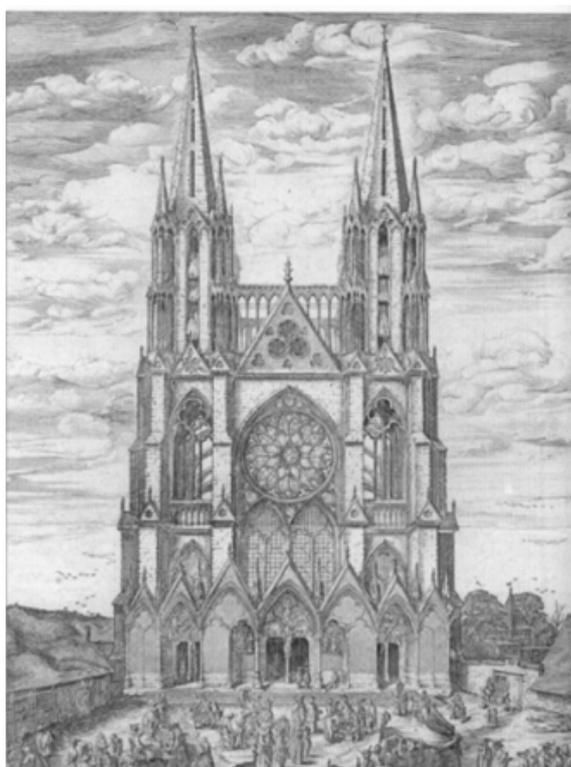


@rummalecon





LUOGHI
 QUI ACCANTO
 CHATEAU DE LA
 MAERQUETTERIE.
 IN BASSO A
 SINISTRA
 REIMS,
 RIPRODUZIONE
 ABBAZIA DI
 SAINT NICAISE.
 A DESTRA,
 CLOVIS
 TAITTINGER.



caise, che nel XIII secolo sorgeva nell'omonima piazza di Reims. A 18 metri di profondità, continua il viaggio in un'altra epoca, attraverso le bianche crayère, le cavità calcaree nate nell'epoca gallo-romana.

Il vanto della maison risiede nella coltivazione dello Chardonnay, simbolo di eleganza e raffinatezza. Queste caratteristiche derivano da una spiccata mineralità e sapidità che solo il terreno della Champagne è in grado di donare.

Il suo Champagne di punta è il Blanc de Blancs "Comtes de Champagne" prodotto

solo nelle migliori annate e prima cuvée prestige prodotta, per garantire la massima espressione del varietale e del terroir. Con una capacità produttiva di circa 5 milioni e 500mila bottiglie, ogni anno sono ben nove le etichette che nascono all'interno delle mura del castello; Brut Reserve, Prestige Rosé e Nocturne, affiancano i grandi Comtes de Champagne e i diversi millesimati.

Nel corso dei secoli la maison Taittinger ha subito cambiamenti significativi e in parte unici. A un certo punto l'azienda



UVE
IN ALTO UN
MOMENTO
DELLA
VENDEMMIA.
SOTTO VITALIE
TAITTINGER.
QUI SOPRA
PIERRE-
EMANUEL.

fu venduta, ma gli stessi fondatori, pentiti della scelta fatta, decisero di porvi subito rimedio. Pochi anni dopo riacquistarono ciò che di più importante avevano. Capirono che solo l'unione familiare era la vera vittoria. Evento del tutto unico nel mondo

dello Champagne poiché chi vende non riacquista mai. Oggi siamo alla terza generazione di casa Taittinger, dal 2005 con Pierre-Emanuel Taittinger, discendente diretto di Pierre-Charles.

Attualmente maison Taittinger ha dichiarato che sono in corso progetti per la modernizzazione e il miglioramento dell'impresa, senza intaccare il suo carattere e preservandone l'immagine.

Un'importante fase, per questo rafforzamento, è sicuramente aver spostato una parte della produzione di bollicine più a nord, verso Ardenne. Le fasce climatiche stanno variando a causa del riscaldamento globale. La temperatura è aumentata di circa 1°C nell'ultimo secolo, 1,5°C in Europa Occidentale e nel Mediterraneo e si prevede che aumenterà ancora nei prossimi anni. Con questo scenario l'aumento di quota e lo spostamento di latitudine per i vigneti sarà inevitabile. Un dato decisamente allarmante per i viticoltori e i produttori di vino che non preoccupa solo la Francia.

Casa Taittinger si è così mossa verso terre nuove: l'Inghilterra, che già da anni produce spumanti. Acquisendo 69 ettari di terreno nel Kent, nei pressi di Canterbury, nel sud-est della Gran Bretagna, ha così spostato una parte della sua produzione. Mossa decisamente strategica poiché il

CARPANO

CARPANO SEMPRE CON TE

Mi-To e Negroni, i nuovi "Ready to Drink" firmati Carpano



Gusto e qualità sempre a portata di mano nei nuovissimi **Cocktail ready to drink Mi-To e Negroni** firmati **Carpano**, il creatore del Vermouth. **Mi-To e Negroni** nelle iconiche bottigliette tascabili da 10cl sono creati solo con ingredienti **Carpano**, dal Botanic Bitter al Punt e Mes al Carpano Vermouth Classico e al Gin, e sono il perfetto serving per i nostri momenti di socialità e per stare insieme in sicurezza. Pensate appositamente per tutti coloro che desiderano avere così dei cocktail pronti da gustare a casa, ma in un formato elegante e bello da vedere, e per i bartender che possono essere vicini ai loro consumatori consigliando un cocktail "come fatto da loro", **Carpano** ha creato questi due grandi classici, secondo le ricette originali:

Il **Negroni** con 1/3 di Carpano Gin + 1/3cl di Carpano Vermouth Classico + 1/3cl di Carpano Botanic Bitter
Il **MI-TO** con 1/2 di Punt e Mes + 1/2 di Carpano Botanic Bitter

Pronti da servire freschi oppure on the rocks, da bere dove si vuole, quando si vuole. Eleganti, comode, da collezionare.

Icona dei barman di tutto il mondo, la storia di Carpano, che nel 1786 ha creato la ricetta del Vermouth, attraversa ben quattro secoli e porta fino a noi uno straordinario patrimonio di tradizione ed artigianalità, unite ad una grande cultura dell'innovazione. Storia che ancor oggi è simbolo della cultura del saper fare italiano nel mondo.

carpano.com
brancadistillerie.com

BEVI RESPONSABILMENTE

© 2020 Carpano Botanic Bitter è un marchio registrato della Fratelli Branca Distillerie S.R.L., Milano, Italia

EST 1897



SPEYBURN

SPEYSIDE SINGLE MALT SCOTCH WHISKY



sud dell'Inghilterra sembra contare su temperature favorevoli alla coltivazione dei vigneti atti alla produzione. Nel 2021 saranno qui raccolte le uve dalle quali si ricaveranno circa 300mila bottiglie all'anno per casa Taittinger. Pierre-Emmanuel promette e dichiara che saranno di "Grande qualità"; lui stesso definisce il cambiamento climatico come la terza guerra mondiale, un'emergenza assoluta ma con nuove promettenti prospettive.

Il clima non sarà il solo a svolgere un ruolo in questa nuova avventura vitivinicola, anche il terreno, molto simile a quello della Champagne, ne avrà uno tutto suo. Davanti a un business reciprocamente vantaggioso l'accordo tra inglesi e francesi è subito fatto. Gli inglesi, sono i maggiori consumatori di Champagne in tutto il mondo, seguiti solo da Germania e Stati Uniti, ciò accadeva già ai tempi in cui le bollicine si diffusero tra la nobiltà europea e diventarono di moda. Ad oggi gli spumanti rappresentano circa i due terzi dell'intera produzione vinicola britannica. Pierre-Emmanuel Taittinger, ha voluto andare contro corrente, ha stretto un patto di alleanza con gli inglesi con l'aspettativa reciproca di creare qualcosa di innovativo: uno spumante che non sia paragonabile né con lo Champagne né con qualsiasi altra bollicina al mondo.

Taittinger è da sem-

pre riconosciuta come una potenza, i suoi antenati erano mercanti di vino, nel loro sangue scorre la brama di nuovi mercati, nuove frontiere, nuove sfide. L'Inghilterra è solo una delle ultime nazioni nella quale i Taittinger hanno messo mano, l'obiettivo è proprio il posizionamento sul mercato. Elegantemente e con estrema pazienza la maison ha creato legami forti e potenti.

Per Pierre-Emmanuel, Vitalie e Clovis, suoi figli, era indispensabile rilanciare l'azienda che si stava "fermando". «Vogliamo una Taittinger attiva e non più passiva, che capisca le sfide della distribuzione del futuro», ha dichiarato Clovis. «Il marchio non è un oggetto statico ma una cellula vivente e quindi deve vivere». Il lavoro è lungo e l'obiettivo è di essere tra qualche anno fra i cinque brand di Champagne di alta qualità nel belpaese. Lo Champagne è lo Champagne e la sfida è rafforzare e difendere la magia e il sogno di questo grande vino.



COMTES DE CHAMPAGNE BLANC DE BLANCS 2008

Uve:100% Chardonnay

Zona di Produzione:
Reims

Vendemmia e vinificazione: raccolta manuale delle uve, provenienti dai Grand Cru della Côte des Blancs. In particolare Avize e Le-Mesnil, solo nelle migliori vendemmie. Prima fermentazione in acciaio. La pressatura soffice delle uve garantisce l'utilizzo solo del mosto fiore e il 5% dei vini base

si affina per 4 mesi in barrique di rovere nuove, per donare ricchezza e complessità all'assemblage finale. Dopo la presa di spuma, le bottiglie riposano nelle antiche cantine della maison scavate del gesso.

Affinamento: dagli 8 ai 10 anni, rigorosamente all'interno delle gessose cantine di Reims.

Note di degustazione

Vista: oro con riflessi verdognoli e un perlage fine ed elegante.

Olfatto: sprigiona un bouquet di profumi inebrianti di frutta a polpa bianca, agrumi, sul finale una nota floreale delicata accompagnata da note minerali e quasi saline.

Palato: assaggio vivace e fresco che si evolve in toni che sanno di limone e sale, che virano verso morbidezza e rotondità per un finale che ricorda la frutta, lunghissimo e indimenticabile. Sicuramente uno Champagne che si adatta a ogni occasione e che la fa da padrone per esaltare al meglio lo Chardonnay, simbolo del terroir di origine.

**CHAMPAGNE ROSÈ SEC
"NOCTURNE"**

È un'etichetta che già esteticamente tradisce la sua vocazione glamour, adatta a momenti di festa e a essere degustata lontano dalla tavola. Un azzardo della cantina del tutto riuscito.

Uve: 30% Chardonnay, 70% di Pinot Noir e Pinot Meunier, assemblati con vini rossi riserva della zona.

Zona di Produzione: Montagne de Reims e di Les Riceys.

Vendemmia e vinificazione: i vini base fermentano in acciaio dove si affinano separatamente fino al momento della creazione della cuvée. Come da tradizione dei grandi Rosé della Champagne, al momento dell'assemblaggio viene aggiunta ai vins clairs del millesimo una percentuale variabile, a secondo dell'annata, di vini riserva e un 15% di vino rosso fermo provenienti dai migliori Pinot Noir della Montagne de Reims e di Riceys.

Affinamento: sosta sui lieviti di 48 mesi prima del dégorgement.

Note di degustazione

Vista: colore rosa intenso e brillante, attraversato da un perlage fine e persistente.

Olfatto: floreale, aromi di fragoline di bosco, lamponi, frutta a bacca rossa e morbide sensazioni di pasticceria.

Palato: ricco, fruttato, morbido, fresco e vivace, di ottimo equilibrio.

Uno Champagne assolutamente differente e in contrapposizione a un grande millesimato come Comtes de Champagne, ma che sa il fatto suo. Conviviale, fresco, beverino, amabile e adatto a essere degustato con un dessert; più facile da comprendere ma altrettanto complesso.

Due Champagne, due mondi paralleli per rappresentare lo stile e l'eleganza della casa madre.

Valentina Rizzi



TEMPO, PAZIENZA E MAESTRIA

Ci sono voluti 20 anni per creare Stock 84 Gran Riserva.
C'è voluta pazienza nell'aspettare il momento giusto per dar vita al nostro Brandy.
C'è voluta maestria nel creare questo equilibrio fra fuoco, passione e morbidezza.
Tempo, pazienza e maestria premiati dall' International Taste Institute:

CRYSTAL TASTE AWARD



per saperne di più visita il sito www.stock-spa.it
BEVI RESPONSABILMENTE



LA CARICA DEGLI ANALCOLICI

Spingono l'esigenza salutista e una certa voglia di ricercatezza

DI FABIO BACCHI

Quello degli alcol free spirits è un tema di cui abbiamo già parlato. Tuttavia questa categoria sembra correre più velocemente di quanto si potesse prevedere. In tutto il mondo nascono nuovi brand che intercettano il bisogno salutista e alcol free dei consumatori che non vogliono rinunciare a un bere comunque ricercato. Solo pochi anni

fa un brand inglese faceva la sua timida comparsa che sarebbe ben presto divenuta una marcia trionfale alla quale si sarebbero accodati molti altri.

I distillati alcol free non sono prodotti da consumo neat, sono estremamente versatili in miscelazione per la rivisitazione in chiave analcolica di grandi classici e nuovi drink. Diageo ha appena presenta-



to la versione analcolica del celeberrimo Gordon's Gin e gli analisti di settore prevedono che altri grandi brand seguiranno questo esempio. Di alcuni di questi prodotti ce ne siamo già occupati in passato, quelli presentati in questo numero sono una piccola rappresentanza di alcol free spirit provenienti da diversi continenti.

LYRE'S DRY LONDON SPIRIT

L'australiana Lyre's realizza una gamma di distillati alcol free particolarmente indicati in miscelazione analcolica. Nome e simbolo del brand si richiamano alla lira, il volatile australiano conosciuto per le sue capacità di "imitatore" perché riesce a imitare il verso di almeno altre venti specie di uccelli.

Dry London Spirit (ABV0,5%) è presentato come un'alternativa al Gin anche nel suo classicismo, con un pinguino con bombetta riportato in etichetta. Il distillato ha un meraviglioso aroma floreale di fiori di arancio impreziosito da ginepro e arancia dolce, note di gelsomino e menta. Il sapore è leggero e rinfrescante. Consigliato il servizio con fettina di pompelmo





PRODUZIONE

QUI ACCANTO UN FIORE DI BORRAGO, IN ALTO A DESTRA, ELLIE CALENO.



rosa, rosmarino e acqua tonica.

Lyre's ha una linea di tredici spiriti analcolici tra cui ritroviamo Italian Spritz, Italian Orange, American Malt (Whiskey) e Dark Cane Spirit. È un elenco impressionante per un nuovo brand. E finora lo sforzo sta dando i suoi frutti. Ad aprile dello scorso anno, Lyre's ha vinto dieci medaglie alla San Francisco World Spirits Competition, incluse due medaglie d'oro per il loro Aperitif Rosso e Dark Cane Spirit.

BORRAGO #47 PALOMA BLEND

L'inglese Borrigo prende il nome dalla classificazione latina del fiore di borragine nel quale si riconosce il brand: un fiore grazioso, commestibile, colorato, naturale, con un delizioso sapore di cetriolo e facile da coltivare. Paloma blend è una miscela di sei botaniche (cardamomo, limone verbena, basilico, rosmarino, menta piperita e citronella) ciascuna individualmente distillata a vapore e quindi miscelata insieme alle altre. Non usano alcol

150 **VARNELLI**

1868-2018

SHALL
WE MIX?



www.varnelli.it

BEVI RESPONSABILMENTE



CORAGGIO OLANDESE SPIRITO INDONESIANO

ELETTO MIGLIOR GIN OLANDESE



Bevi Bobby's Gin responsabilmente

ONESTIGROUP
THE DISTRICT OF BEVERAGE

DISTRIBUITO DA
ONESTIGROUP.COM
@ONESTIGROUP

in nessuna fase del processo e denuncia ABV 0,0% per cui ha anche il riconoscimento Halal.

Aromatica e incisiva, Paloma Blend è una bevanda progettata per essere miscelata e non bevuta liscia. Deliziosamente secco, con dolci note floreali ed erbacee al naso, un centro strutturato e un finale lungo. Grande equilibrio che continua anche al palato. Mentolato e rinfrescante, è una bevanda elegante da gustare con tonica, fetta d'arancia e una foglia di basilico.

Il borrago è conosciuto come “il fiore delle api” e i produttori sono molto impegnati nell'apicoltura per contribuire alla salvaguardia di uno dei più grandi indicatori ambientali. 0 calorie, senza zuccheri.

CALEÑO JUNIPER & INCA BERRY

Radici latine, origine Colombia, per questo distillato analcolico nato, per ammissione della sua fondatrice, Ellie, dalla frustrazione personale provata durante una festa con amici ascoltando funk latino. «Non bere non significa non divertirsi» e stanca delle solite bevande analcoliche, Ellie decise di dedicarsi alla creazione di un nuovo prodotto. Caleño ha preso vita per la prima volta nella cucina di Ellie, ma è stato 5.000 miglia dopo, durante un viaggio di ritorno in Colombia dalla Gran Bretagna, quando si è sentita di nuovo ispirata dalle sue radici latine, che il brand è divenuto un progetto strutturato. Questo spirito limpido ha un aroma dolce e tropicale di ananas e bacche succose, molto attraente. Al palato è deliziosamente sapido con frutta tropicale matura, poi ginepro e frutti di bosco seguiti da una delicata spezia.

Bevanda estiva, è una deliziosa alternativa tropicale al G&T. Caleño Light &



Zesty è una miscela distillata, leggera e piccante, di botaniche tropicali, agrumate e speziate: ananas, papaia, coriandolo, bacche di ginepro, cardamomo verde e scorza di limone con la caratterizzazione dell'iconica inca berry. Questa è nota come Physalis peruviana. Caleño è disponibile anche nella versione Dark & Spicy.

PENTIRE ADRIFT

Dalle coste settentrionali della Cornovaglia, in Inghilterra, arriva Pentire Ardrift un altro spirito limpido con distintive note di scorza di limone, vaniglia ed erbe. L'idea di Alistair Frost, il fondatore di Pentire, è stata quella di utilizzare botaniche locali che includono il finocchio marino, la salvia, gli agrumi e il sale marino della

**BREWDOG
DISTILLING CO.**

**LONEWOLF GIN DI BREWDOG
DISTILLING CO. È UN NUOVO
ED AVVINCENTE PROGETTO
NATO DALLA ORMAI
FAMOSISSIMA BIRRERIA
BREWDOG DI ELLON IN
ABERDEEN, SCOZIA.
SCOPRI LA COLLEZIONE!**



DISTRIBUITO DA GHILARDI SELEZIONI



Cornovaglia, da fonti sostenibili o da agricoltura biologica.

Pentire è la celebrazione di una vita vegetale unica che cresce sul promontorio della Cornovaglia. Le botaniche chiave prosperano qui grazie a una combinazione di clima favorevole, pH del suolo e umidità dell'aria.

Attraverso la ricerca e la sperimentazione con botanici, distillatori e birrai locali sono stati creati prodotti analcolici che catturano questi sapori attraverso un'attenta distillazione.

Un distillato unicamente marittimo, ottimo semplicemente con tonica e una scorza di limone. Al palato è subito rinfrescante, ha un ottimo equilibrio, delicati sapori di limone e salvia e un sapore salino sul finale. È morbido, liscio e facile da bere. Servire su ghiaccio con tonica e una scorza di limone o un rametto di rosmarino. Pentire sostiene molte cause pro ambiente.



XACHOH, NATURALLY PURPOSEFUL



XACHOH BLEND NO. 5

Pronunciato “Za-Ko” questo spirito analcolico intenso e profumato si dichiara non alternativo al Gin. Il nome è tutto un programma. XACHOH comprende il nome di Zakarya Razi, uno dei primi studiosi sull'alcol, CHO sta per carbonio, idrogeno e ossigeno, i tre elementi che rientrano nella composizione chimica di moltissime botaniche, CHOH ricorda la formula chimica dell'alcol (C_2H_5OH) seppur non presente nel prodotto. La sua origine discenderebbe dalla ricetta di un antico rimedio persiano in uso secoli

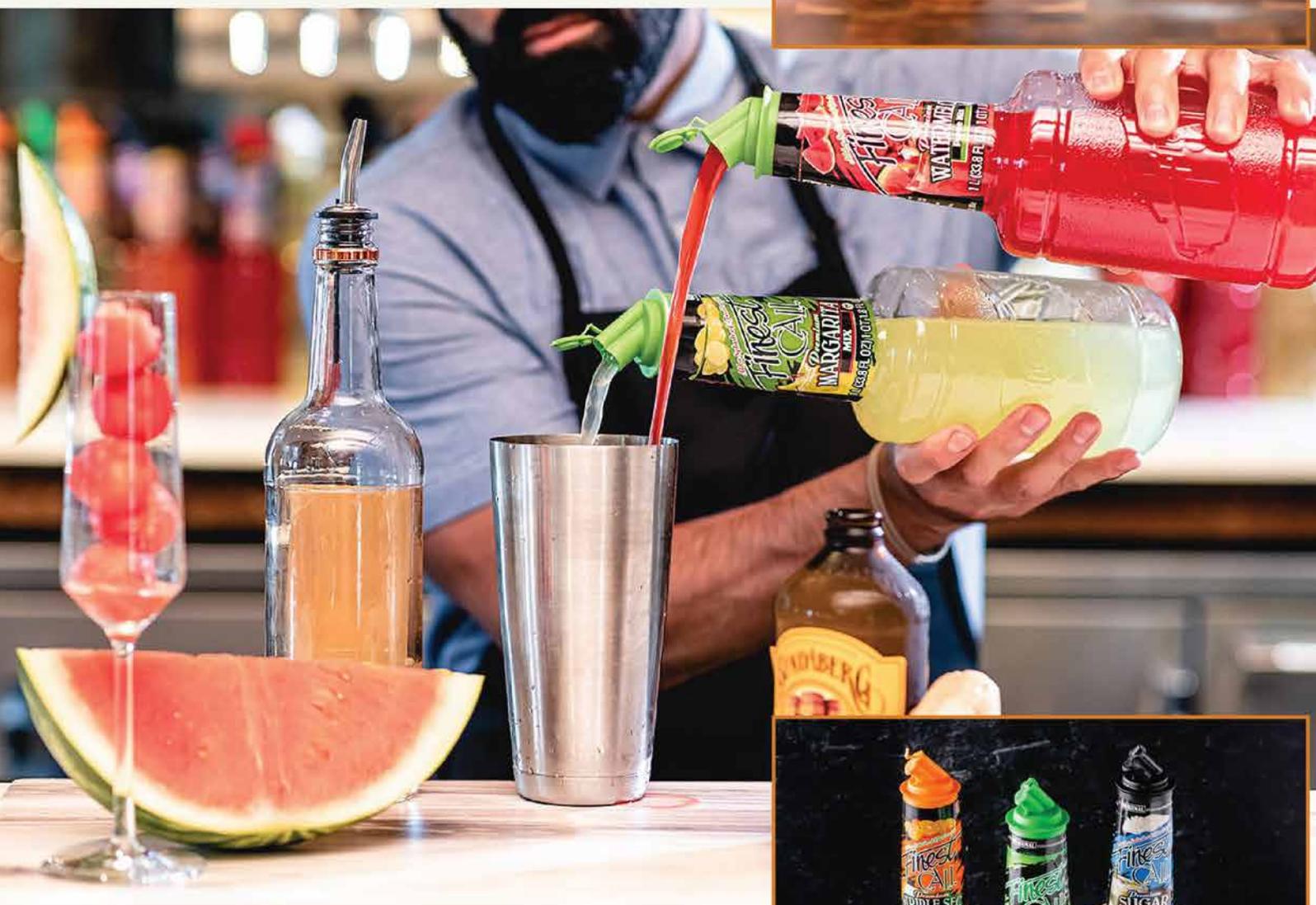
addietro in un periodo di grandi scoperte e conoscenze. In quelle terre studiosi come Avicenna concepirono le fondamenta del moderno processo di distillazione. È anche il luogo di nascita di una famiglia che da sei generazioni si tramanda i segreti e le conoscenze per creare spiriti propositivi, puri e naturalmente senza alcol. Il fondatore del brand è Mohamad Djahanbakhsh, uomo di affari che iniziò la produzione nel Northamptonshire (UK).

Xachoh Blend No.5 è il risultato della distillazione di botanici caratteristici dell'antica via della seta, senza dolcificanti ed estratti. La sua ricetta è molto complessa e comprende: zafferano, mace, anice stellato, cannella, zenzero, sommacco, curcuma, rosmarino, camomilla, orzo maltato, pepe, mela, fiori di ibisco e bacche di crespino.



MIXOLOGY MINDED COLLECTION

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL



FOLLOW ALONG!

 @FinestCallEU

 @FinestCall_EU

Visit our new website! www.finestcall.com



COCKTAIL PRO

Download the NEW ABM Cocktail Pro App for more recipes and information



IOVEM.IT
#BEVIVIOLA



IOVEM is an innovative and unique product, 6 elements hidden in 9000 years of history that spawn the new drink of the Gods.



The purple nectar, to drink blended

drink responsibly

propaganda3.it



GORDON'S

È la storia del Gin. Fu Alexander Gordon nel 1769 a distillare il primo London Dry Gin con una ricetta così fortunata (e segreta) da arrivare invariata sino ai giorni nostri. Questa è la grande news del settore. Il gruppo Diageo, proprietario del brand Gordon's, ha lanciato il 21 dicembre scorso in UK un distillato analcolico ispirato dal suo celebre Gin. Questo spirito è prodotto utilizzando le stesse botaniche del fratello maggiore (angelica, liquirizia, ginepro, coriandolo). Alcol 0,0% Gordon dichiara solo 24 calorie, quindi

anche un'ottima alternativa a basso contenuto calorico. È un riferimento anche per i bevitori di Gin quando scelgono di non bere, ma non vogliono compromettere gusto ed esperienza. Le botaniche vengono immerse individualmente in acqua, riscaldate e poi distillate prima di essere miscelate sapientemente insieme per catturare l'essenza di Gordon's in una deliziosa alternativa senza alcool. Questo speciale processo di distillazione è un segreto gelosamente custodito e noto solo a una manciata di persone.

Fabio Bacchi

1890



GAMONDI



*Vermouth
dell'anno 2020*



PAOLO BACCINO

ISPIRAZIONE GAMONDI

BAY DOVE

Ingredienti

- 40 ml Gamondi Vermouth di Torino Superiore Bianco
- 10 ml succo di lime fresco
- 15 ml ApoJuice alloro
- 20 ml Mezcal Picaflor Wild
- 40 ml Three Cents Pink Grapefruit Soda- a colmare
- 1 dash The Japanese Bitters Shiso

Tecnica: shaker

Decorazione: foglia di alloro

Bicchiere: highball con ice stick

Note

Il Vermouth Superiore Bianco Gamondi colpisce per ricchezza ed equilibrio di profumi. Le note dolci dell'arancia e della vaniglia rincorrono l'amaro dell'artemisia e inoltre, il vino base, il Moscato, è nel nostro cuore: aromatico, con una nota fresca di salvia. Il Piemonte è vicino a noi, fisicamente e "prepotentemente" nella carta vini del "The Balance". La ricetta trae ispirazione dal Paloma, fresco, dissetante ed evocativo drink messicano. Il drink esplose al palato in tutte le sue sfumature di gusto e profumi. Il tocco del bitter allo shiso regala l'ultimo tocco di sfiziosa eleganza.



Savonese, estroverso, curioso, amante della musica rock al punto da imparare a suonare la chitarra elettrica tanto bene da divenire quasi professionista. **Paolo "Paolino" Baccino**, bartender e sommelier, sorriso smagliante e una palestrata cultura di vini, distillati e mixology alimentata con la passione di eterno studente, è uno dei punti di riferimento della bartending scene sulla riviera ligure. La sua casa è **The Balance**, il suo cocktail bar aperto nel 2005, situato nel porticciolo del **centro storico di Savona**. Nel suo spazioso dehors e nelle intime salette interne Paolino si destreggia come un perfetto anfitrione e padrone di casa. Le ricette "signature" del The Balance sono il risultato del compromesso dialettico tra Paolino e **Tiziana "Tix" Borreani** la compagna con la quale divide casa e bar. Il loro "bar program" è sempre attento allo studio delle nuove tecniche di lavorazione delle materie prime, in modo tale da conservare ed esaltare al meglio le eccellenze del territorio. Chiara la mission: offrire un alto standard di ospitalità, bilanciando tecnica ed esperienza, creatività e tradizione. 100% Paolino guaranteed!

A TUTTO GAS

Un classico tipo *sour*
Semplice e raffinato,
molto in voga durante
il Proibizionismo

DI LUCA RAPETTI

“Londra-Parigi a bordo di un sidecar” sarebbe stato sicuramente un ottimo slogan nei primi anni del XX secolo, quando quel prototipo di motocicletta con passeggero venne introdotto nel mercato francese e britannico riscuotendo un notevole successo.

Uno dei cocktail più iconici dell'ultimo secolo, che ancora oggi mantiene ben salda la sua popolarità internazionale, porta il nome della celebre motocicletta: il Sidecar.

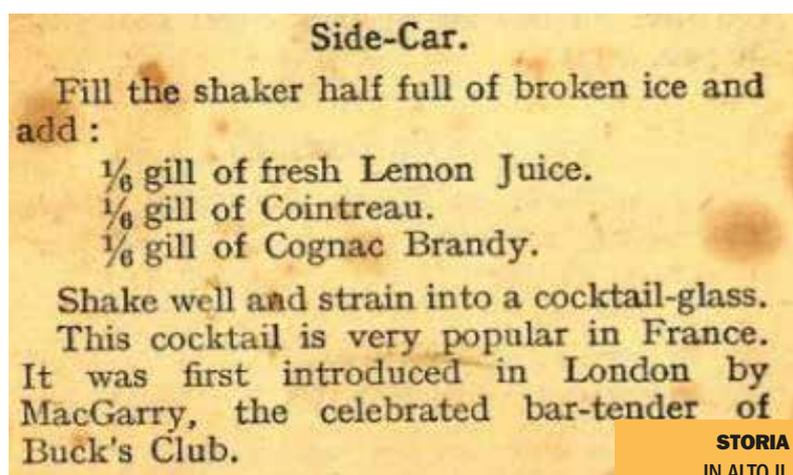
Tra le prime ricette a fare la sua comparsa su carta stampata fu quella che nel 1922 Robert Vermeire, bartender dell'Embassy Club di Londra, pubblicò sul suo “Cocktails How To Mix Them”. Il “Side Car cocktail” era composto da parti uguali di succo di limone, Cointreau e Cognac. Vermeire affermava che quel cocktail era molto popolare in Francia e che era stato introdotto a Londra da tale MacGarry, bartender del Buck's Club. Un anno dopo Harry MacElhone riportò la stessa ricetta nel suo “Harry of Ciro's





ABC of Mixing Cocktails”.

Ricostruire l'identità di questo bartender del Buck's Club è molto difficile per la scarsità di documenti, tuttavia egli era registrato ufficialmente come Malachi McGarry e nacque nel 1877 a Leitrim, in Irlanda. All'età di vent'anni compariva nei registri passeggeri della nave Teutonic che approdò a New York nel novembre del 1897. Nel 1911 tornò dagli USA, lavorò come bar attendant nei pressi di Manchester e durante la Prima Guerra Mondiale si arruolò nell'esercito britannico. Nel 1919 il Capitano Herbert John “Buck” Buckmaster (1881-1966) inaugurò il suo club privato, localizzato al n.18 di Clifford Street a Londra, battezzandolo “Buck's Club”. È probabile che



McGarry e il capitano si fossero conosciuti durante il loro servizio militare. Al loro ritorno Buckmaster ingaggiò McGarry come bartender per il suo nuovo club.

È anche importante notare che MacElhone, come riportato nella sua biogra-

STORIA
IN ALTO IL
TEUTONIC
(1890-1900).
QUI SOPRA
1922, COCKTAILS
HOW TO MIX
THEM.
IN APERTURA:
BAR A PARFUMS
PRESSO LA
BATOU'S
BOUTIQUE IN
FRANCIA.



EL DORADO

DEMERARA RUM

PRODUCT OF GUYANA



EL DORADO
AGED **12** YEARS
FINEST DEMERARA
RON RUM RHUM
VIELLI PENDANT 12 ANS
70cl e
DEMERARA DISTILLERS LIMITED, GUYANA
PRODUCTO DE GUYANA PRODUCT OF GUYANA PRODUIT DE GUYANA

SPECIAL RESERVE
EL DORADO
AGED **15** YEARS
FINEST DEMERARA
RON RUM RHUM
VIELLI PENDANT 15 ANS
70cl e
DEMERARA DISTILLERS LIMITED, GUYANA
PRODUCTO DE GUYANA PRODUCT OF GUYANA PRODUIT DE GUYANA

SPECIAL RESERVE
EL DORADO
21
Year Old Rum
FINEST DEMERARA
RON RUM RHUM
VIELLI PENDANT 21 ANS
43% vol
70cl e
DEMERARA DISTILLERS LIMITED, GUYANA
PRODUCTO DE GUYANA PRODUCT OF GUYANA PRODUIT DE GUYANA

4	Ethel Rothwell	daughter	22	do	-	Book-keeper.	050
5	Nellie Rothwell	do.	11	-	-	at school	390
6	Malachi MacGarry	Barman.	33	single	-	Bar attendant	946
7	Scott MacGarry	Barman.	22	single	-	Photographer	050

“MONKEY GLAND” IS POPULAR IN PARIS

New Cocktail Is So-Called Because It Has “Wallop”; “Sidecar” Is Another. —

(By International News Service).
 PARIS, May 15.—“A monkey gland in a hurry!”
 That’s the latest order in Paris bars, not in the hospitals.
 The “Monkey gland” is a new cocktail which has what veteran bar hounds call an “awful wallop.” It was invented by a famous Paris bartender particularly to attract the attention of newly arrived American tourists.
 The ingredients consist of one-half gin, one-half orange juice, a dash of absitine and a dash of greadine, all well shaken together with plenty of ice.
 Another new cocktail second only in popularity to the monkey gland, has been named a “sidecar” because it takes the imbibor for a ride.
 Two-thirds brandy, one-sixth Cointreau and one-sixth lemon juice make up this concoction.

229. Side-Car Cocktail.
 $\frac{1}{3}$ Cointreau (Triple see), $\frac{1}{3}$ Brandy, $\frac{1}{3}$ Lemon Juice.
 (Recipe by MacGarry, the popular bar-tender at Buck’s Club, London.)

Sidecar Cocktail. — Dans un shaker avec de la glace pilée, le jus d’une demi-orange, un verre de Cointreau, un demi-verre de Vermont, remuer, passer dans un verre à cocktail. Garnir d’un zeste d’orange.

That led to the introduction of tea-dances and mannekin parades in the dressmaking salons, then a more daring entrepreneur brought classic dances into his sales salon, and now Jean Patou has opened a cocktail bar, the last word of drinking elegance.
 Not only will mixtures of the white coated barman keep the minds of his clients off the bills but since his mixes his “sidecars” and “rose” cocktails better than the average barman outside he is even attracting a clientele which might be tempted to buy a dress on the side, somewhat as a “chaser.”

TESTI
 IN ALTO
 MALACHI
 MCGARRY
 1911 ENGLAND
 CENSUS.
 SEGUE: 1923,
 HARRY’S ABC
 OF MIXING
 COCKTAILS.
 QUI SOPRA
 1927, 900
 RECETTES DE
 COCKTAILS DI
 TORELLI.
 IN BASSO
 1928, VISALIA
 TIMES-DELTA.
 A SINISTRA
 1923, THE
 ARDMORE
 DAILY PRESS.

fia, ebbe modo di lavorare proprio presso il Buck’s Club, il che potrebbe presupporre che i due bartender lavorarono fianco a fianco per un certo periodo.
 Nei successivi anni ’20 Malachi si sposò con Sarah Carr con la quale si stabilì a Londra, per poi trasferirsi nel Berkshire, a Maidenhead, negli anni ’30.
 Stando ai quotidiani del periodo, McGarry fu in forze al Buck’s Club almeno

fino agli inizi degli anni 30, dopodiché non si conosce altro se non che morì nel 1947.
 Nello stesso anno in cui MacElhone menzionava il Side Car nel suo libro, alcuni quotidiani americani sottolineavano la popolarità che il Monkey Gland e il Side Car cocktail, già apprezzati a Parigi, stavano riscuotendo. Si diceva che il Side Car era stato chiamato così «perché

JOHN CLARKE, Ziegfeld star.

“ Side Car Punch, as it is made in London is hard to forget. For a party of ten, slice four oranges and a juicy pineapple into a punch bowl. Pour a bottle of fine Cognac brandy over them and let it steep for a few hours; then pour in three bottles of iced Champagne and serve immediately. A marvelous concoction! ”

Rich's grey bowler with Stephen's best blue black. Despite the wind and threatening weather, the crowd was larger than usual, and the tents under the trees were at a premium for lunch, more especially the Bucks Club tent, where McGarry looked like getting a tennis elbow shaking cocktails. The practice, started last

SIDE CAR

The juice of a Lemon.

2/3 Glass of Martell
Cognac.

1/3 Glass of Cointreaux



Shake with cracked ice and serve
in a Manhattan glass.

— 31 —

New Robot Bartender Mixes Paris Cocktails

Paris, France.—The robot barman has come to Paris and French as well as American residents are pushing buttons and shoving levers to get their favorite cocktail mechanically mixed.

Several specimens of the mechanical bar have just arrived from London and are making quite a hit. Press buttons Nos. 1 and 3 and you get a sidecar cocktail; buttons Nos. 3 and 2 and you get a martini. If you want a touch of angostura you push a little lever.

diffondersi anche le prime varianti come testimoniato in “900 Recettes de Cocktails et Boissons Americaines” di Torelli, barman del Winter Palace di Nizza, che proponeva il Sidecar a base di Cointreau, aggiunta del succo di mezz'arancia e infine Vermouth.

Jean Patou, famoso fashion designer e stilista francese del periodo, inaugurò un cocktail bar all'interno dei suoi saloni, che stando a quanto affermato doveva invogliare i mariti, annoiati dallo shopping delle loro signore, a concedersi un drink mentre attendevano. Questa notizia ebbe una certa rilevanza mediatica, come riportava il “Visalia Times Delta” nel

portava chi lo beveva a fare una corsa», probabilmente alludendo al tenore alcolico del drink.

Che MacElhone abbia conosciuto questo cocktail durante la sua esperienza lavorativa a Londra è un'ipotesi molto probabile, ma certamente il merito del patron dell'Harry's New York Bar di Parigi fu la diffusione del drink su scala internazionale.

Contemporaneamente iniziarono a

TESTI

IN ALTO
SIDE CAR
PUNCH IN
1930 CHEERIO
SEGUE: 1930,
THE TATLER.
SOTTO
1933, SLOPPY
JOE'S
COCKTAILS
MANUAL.
A DESTRA
1930, ROBOT
BARTENDER A
PARIGI.

THE DISTILLERY AT

TORABHAIG

ISLE OF SKYE

IN ARRIVO IN ITALIA
LA NUOVA DISTILLERIA
DI WHISKY SCOZZESE
SINGLE MALT,
UNA DELLE UNICHE DUE
CON LICENZA
SULL'ISOLA DI SKYE.



TORABHAIG
SINGLE MALT SCOTCH WHISKY

SHAPED BY
SKYE

THIS ISLAND HOME IS A UNIQUE
WILFUL PLACE WHICH LEAVES ITS
MARK ON EVERYTHING IT TOUCHES.
WHISKY IS NO EXCEPTION, JUST ONE
EXPRESSION OF THIS MYTHICAL ISLE,
WITH PASSION AND DETERMINATION
TO LEAVE OUR OWN MARK AS WELL.
SHAPED BY SKYE. MADE BY TORABHAIG.

DISTILLED AT
TORABHAIG • TEANGUE
ISLE OF SKYE • SCOTLAND

2017
THE LEGACY SERIES
THE INAUGURAL RELEASE

{SMOKE & BRINE}

*A robustly peated spirit with a
deceptively refined character,
resulting in a complex and
characterful maritime whisky.*

DRAWN FROM A SELECT BATCH
OF 100 BARRELS, DISTILLED
AND CASKED IN EARLY 2017.

WHISKYMAKER

ISLE OF SKYE
SINGLE MALT
SCOTCH WHISKY



DISTRIBUITO DA GHILARDI SELEZIONI

*"This is the gin
drinker's gin"*

-WIRED



Sipsmith London dry gin, la "Gin Renaissance" a Londra!

Nasce a Londra nel 2009 dalla passione e dall'esperienza di tre amici, Fairfax, Sam e Jared, dopo quasi 200 anni dalla chiusura dell'ultima "Copper Distillery" in città. Sipsmith ha segnato l'inizio di una "Gin Renaissance" a Londra. Il desiderio di riscoperta delle tradizioni londinesi ha permesso all'arte del gin lavorato a mano di ritornare nella città dove il Gin ha guadagnato il suo nome.

Da questo particolare desiderio prende vita Sipsmith London Dry Gin, un distillato realizzato a mano in piccole quantità da esperti distillatori secondo le tradizionali ricette e tecniche del gin londinese.

Grazie alla sapiente miscelazione delle dieci "botanicles" lasciate in macerazione per una notte intera nasce un London Dry Gin, superbamente liscio e pieno di carattere.

Le botaniche sono quelle più classiche, ma il risultato è davvero unico: un gin dal profumo floreale, che al gusto sprigiona note dolci bilanciate da quelle del ginepro, che si prolungano nel finale secco e appena agrumato da tipico London Dry.

La rilevanza di questo Gin è avvalorata dai molteplici riconoscimenti ricevuti: con oltre 30 medaglie e importanti titoli tra i quali Top Trending Gin Brand nel 2016, 2015, 2014 e 2013.

Tra gli altri riconoscimenti, Sipsmith Gin si attesta al nono posto nella classifica mondiale di Drinks international 2018 sia tra i Best Selling Brands sia tra i Top Trending Brand.



BEVI RESPONSABILMENTE

— Distribuito da —
WWW.ONESTIGROUP.COM

SIDE-CAR

Brandy½ jigger . Cointreau½ jigger

Stir well with ice, strain into chilled cocktail glass and serve.

SIDE-CAR, No. 2

Brandy½ jigger Orange Bitters ...2 dashes
Cointreau½ jigger Lemon1 dash

Stir well with ice, strain into chilled cocktail glass and serve.

SIDE-CAR, No. 3

Applejack½ jigger Cointreau½ jigger
Lemon2 dashes

Shake well with ice, strain into chilled cocktail glass and serve.

SIDE-CAR, No. 4

Brandy½ jigger Cointreau½ jigger
Lemon½ jigger

Shake well with ice, strain into chilled cocktail glass and serve.

SIDE-CAR, No. 5

Bacardi½ jigger Cointreau½ jigger

Shake well with ice, strain into chilled cocktail glass and serve.

TESTI
1934,
COCKTAIL BILL
BOOTHBY'S
WORLD
DRINKS.
SOTTO
1934, THE
COURIER-
JOURNAL.

1928. Si diceva che il barman di Patou sapeva preparare “sidecars” e “rose” cocktails meglio di molti altri.

Il Sidecar si rese protagonista anche di un’innovazione tecnologica: l’arrivo a Parigi di un “robot-bartender” che, attraverso la selezione numerica scelta dal cliente, permetteva la preparazione del drink.

La paternità del drink a McGarry non venne più menzionata e iniziarono a circolare nuove teorie sulla sua genesi. Infatti, nel 1934 il “The Courier-Journal” di Louisville, Kentucky, pubblicò l’articolo del corrispondente da New York O.O.McIntyre circa la paternità del cocktail, definito come «tasty and highly potent libation», dibattuta tra differenti bartender tra cui anche Harry Craddock del Savoy di Londra.

L’articolo riportava quella che il giornalista considerava la vera origine del cocktail, ad opera di un certo John, bartender in forza al “Henri’s” (intendendo

New York, April 9.—Many boys about town are credited as inventors of that tasty and highly potent libation—the sidecar cocktail. Tippy Gray, Jay O’Brien, Ben Finney and Harry Craddock of London’s Savoy bar are among legendary sponsors. But not one had anything to do with it.

Here is the true, unimpeachable story of its origin. Basil Woon, Erskine Gwynne and Joe Thompson arrived in Rue Danou one evening at proper time for tiffin. John, the bartender at Henri’s for years, was late. But finally half-staggered in with a bleeding forehead.

He explained his motorcycle with a side car was hors de combat, likewise his wife, but here he was and what would it be, gentlemen? Thompson ordered cointreau, Woon a fine, and Erskine, on the wagon, desired orange bitters. Dazed from his mishap, John thought they were the ingredients cocktail-crazy Americans had conceived and shook them up together. Et voila, the sidecar!

The mixture proved delicious. Each had three and immediately started out to ring doorbells. John has long since retired to his “proprietie,” for, like all bartenders, he has one down in Vaucluse. Now at the local bistro he often recalls to his townsmen how the sidecar was born!



PROTAGONISTI

SOPRA
HARRY
MACELHONE.
SOTTO
1935, THE
HONOLULU
ADVERTISER.

Harry's New York Bar), che una sera giunse in ritardo al lavoro presso il bar sito in Rue Danou. Qui erano presenti Basil Woon, Erskine Gwynne e Joe Thompson, che videro arrivare il bartender semi barcollante e con la fronte leggermente insanguinata.

John spiegò che aveva avuto dei problemi con il suo sidecar, però almeno era riuscito a giungere al bar e ora era pronto a servire loro i drink. Thompson ordinò un Cointreau, Woon un "fine", intendendo un Cognac, ed Erskine un Orange bitter; a quel punto il bartender decise di unire i tre ingredienti insieme e così nacque il Sidecar.

Quella stessa sera Thompson, Woon ed Erskine ne bevvero tre a testa e divenne un successo. È possibile che successivamente la ricetta sia stata riformulata con succo di limone per renderla più leggera e rinfrescante.

Il Sidecar si stava diffondendo sempre più sul territorio americano, arrivando anche a San Francisco, dove Bill Boothby incluse ben cinque ricette di Sidecar nel suo libro "World Drinks and How to Mix Them". Il primo era composto solo





No.3
 DISTILLED IN HOLLAND
 TO A PROPRIETARY RECIPE CREATED BY
 BERRY BROS & RUDD

ACHIEVING THE PERFECT BALANCE OF
JUNIPER - CITRUS - SPICE
 THE ULTIMATE GIN AND TONIC COCKTAIL

REC'D 3-52 1 METICULOUSLY
 DISTILLED IN A 100 YEAR OLD
 BRASS CASK. BRASS-ENGAGED,
 COPPER POT STILL.

LONDON DRY GIN

700 ML e No.3 ST JAMES'S STREET, LONDON ALC. 45% VOL

No.3 Gin is made on the Madder Street distillery in London. We open our doors to the world. We are proud to be a part of the world's gin community. We are proud to be a part of the world's gin community. We are proud to be a part of the world's gin community.

The Art of Perfection

No.3 Gin, frozen and magnified 40X under the microscope
 Created with Dr. David Clutton (PhD in gin) and a team of experts

Look closer. You'll see passion and precision in every drop.
 The most refreshing balance of three flavours: Juniper, Citrus, Spice.
 Our picture of perfection – a gin that's refreshing in taste and classic at heart.
 The critics have called No.3 the best in the world (four times)*.
 We call it a work of art.

*International Spirits Challenge 2012, 2013, 2015, 2019 World's Best Gin, Trophy Winners, First Gin to win Supreme Champion Spirit, 2019

Discover gin, just as it should be. no3gin.com



imported and distributed by



pallini.com

BEVI RESPONSABILMENTE

Agitare nel shaker con ghiaccio:
Il succo di ½ arancia
50% Cointreau
25% Vermouth.
Servite con buccia d'arancio.

Side Car Cocktail (*Serie Barclay, Grassi, Reuss, Trigo, Baldinotti, Roice, Legrand, Duval, ecc.*).

Agitare nel shaker con ghiaccio:
20% Succo limone
30% Grand Marnier
50% Cognac fino
2 spruzzi Angostura.
Servite con buccia limone.

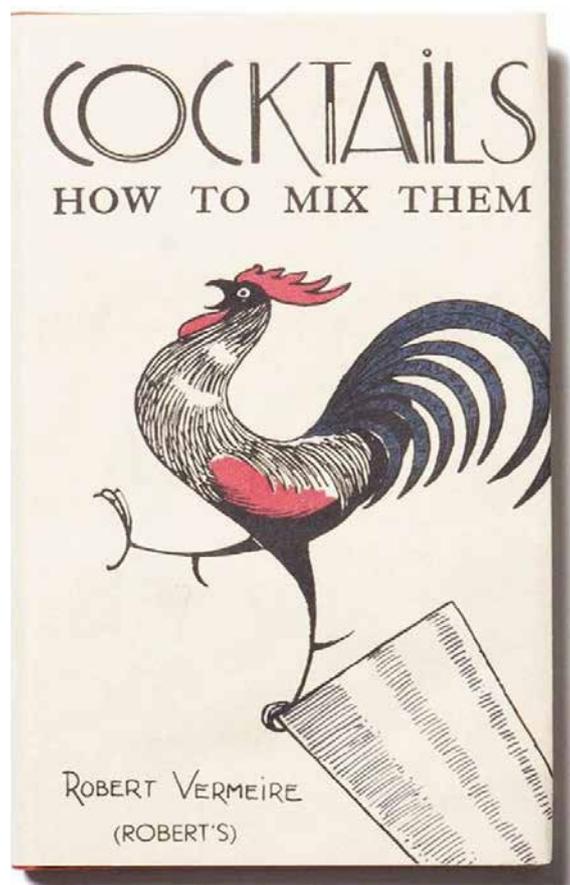
Side Car Cocktail (*Serie Craddock*).

Agitare nel shaker con ghiaccio:
25% Succo limone
25% Cointreau
50% cognac.
Servite con buccia limone.

Side Car Cocktail (*Serie Harley*).

Agitare nel shaker con ghiaccio:
2 spruzzi Orange-bitter
30% Succo limone
20% Grand Marnier
50% Cognac vecchio.
Servite con buccia limone.

Side car Cocktail (*Serie Torelli*).



'CHAMPAGNE SIDE-CAR' - Fill shaker half full with broken ice and add half glass Brandy, one-third glass Cointreau and juice of a quarter lemon. Shake, strain into large glass and fill up with Champagne.

TESTI

DALL'ALTO:
1936, MILLE
MISTURE;
LA RICETTA
DELLO
CHAMPAGNE
SIDE-CAR.

da Brandy e Cointreau in parti uguali, il secondo aveva un'aggiunta di succo di limone e Orange bitter, il terzo rispecchiava la ricetta sino ad ora trattata dei tre ingredienti in parti uguali. Le altre due varianti prevedevano una l'impiego di Applejack come base alcolica e l'altra Bacardi, quest'ultima però escludendo il limone.

Altri twist del Sidecar fecero la loro comparsa proprio negli anni '30 del 1900, come il Sidecar Champagne, a base di Cognac, succo di arancia, succo di ananas e Champagne, pubblicato nel 1930 in "Cheerio A Book of Panches

and Cocktails" e descritto come il drink preferito da John Clarke, star dello spettacolo Ziegfeld Follies. "The Honolulu Advertiser" proponeva un Sidecar con aggiunta di bianco d'uovo, molto impiegato nei cocktail in stile americano, con

ARDNAMURCHAN
ARGYLL
WESTERN HIGHLANDS
SCOTLAND
DISTILLERY

WWW.ADELPHIDISTILLERY.COM



PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionati e distribuiti da Pellegrini S.p.A.

www.pellegrinisp.net

f Ardnamurchan Distillery - @ ardnamurchandistillery - f Pellegrini Spa - @ pellegrinisp1904

BEVI RESPONSABILMENTE

THE SIDE CAR

This cocktail is the most perfect example I know of a magnificent drink gone wrong. It was invented by a friend of mine at a bar in Paris during World War I and was named after the motorcycle sidecar in which the good captain customarily was driven to and from the little bistro where the drink was born and christened. As originally concocted it contained some six or seven ingredients in place of the three now set forth in practically all recipe books. The simplification of the recipe by reducing the number of ingredients should not, in itself, affect the desirability of the cocktail. Unfortunately, however, the proportions are usually stated as equal parts of lemon juice, Cointreau, and brandy. This may not be a bad formula for a mid-afternoon drink, but for an apéritif it is simply horrible because of its sickish sweetness.

Essentially the Side Car is nothing but a Daiquiri with brandy in the place of rum and Cointreau in the place of sugar syrup or orgeat. Some Side Car recipes specify lime juice, just as some Daiquiri recipes specify lemon juice. However, to most palates, lemon combines more pleasingly with both brandy and whisky than does lime.

In making our Side Cars for service at home, therefore, let us stick to the same proportions as are used in our Daiquiris as follows:

SIDE CAR DE LUXE

1 part Cointreau or Triple Sec
2 parts Lemon Juice
8 parts Cognac or Armagnac

Shake vigorously with plenty of cracked or crushed ice and strain into chilled cocktail glasses. A twist of lemon may be used if desired and the peel dropped into the glass. Otherwise no decoration.

The same drink may be made with applejack in place of cognac and, when so made, it is variously known as the **KIDDIE CAR**, the **APPLE CAR**, and the **APPLE-CART**.

TESTI

SOPRA:
1948, THE FINE
ART OF MIXING
DRINKS.

A DESTRA:
1969, THE
BRIDGEPORT
POST.

bordatura di zucchero, ispirandosi quindi al Brandy Crusta.

Giungendo in Italia, nel 1936 Elvezio Grassi selezionò quattro ricette di Sidecar per il suo "Mille Misture", riportando anche i bartender a cui quelle ricette si riferivano. Quella classica era di Craddock, due ricette sostituivano il Cointreau con il Grand Marnier, una aggiungeva Angostura bitter, l'altra Orange bitter, infine la quarta era quella di Torelli precedentemente menzionata.

L'importanza del libro di David Embury "Fine Art of Mixing Drinks" del 1948, affermava che la ricetta classica di tre ingredienti era il risultato della modifica di un'originale ricetta creata da un amico di Embury in un bar di Parigi durante la Prima Guerra Mondiale. Embury spiegava inoltre che il nome del cocktail era stato ispirato dal sidecar impiegato da quello

PARIS (UPI)—Harry's New York bar in Paris, the birthplace of the Bloody Mary and Sidecar cocktails, is branching out.

che lui definisce "good captain" per recarsi nel piccolo bistrò dove il drink era nato.

Embury criticò anche la ricetta corrente, poiché secondo lui non era adatta a essere servita come aperitivo, concludendo che il Sidecar altro non era che un Daiquiri a base Brandy. Infatti Embury proponeva una ricetta costruita su quella del Daiquiri, sicuramente più bilanciata.

Da un punto di vista storico, se si analizza la testimonianza di Embury, risulta difficile che questo drink possa essere stato creato da MacElhone a Parigi poiché egli si trovava in Gran Bretagna durante gli anni del conflitto.

Per quanto riguarda il bistrò citato, è certo che il Harry's New York Bar era già in servizio in quel periodo, sebbene fosse chiamato solo New York Bar poiché MacElhone ne entrò in possesso nel 1923. Quindi è difficile identificare l'identità e il luogo ai quali Embury si riferisce.

Quello che è certo è il grande contributo che MacElhone portò nella diffusione del drink in Francia ma anche a livello internazionale, visto il carattere cosmopolita della clientela del suo bar.

Nel 1969 il "The Bridgeport Post" identificava il Harry's New York Bar di Parigi come «the birthplace of Bloody Mary and Sidecar cocktails».

Ci piace pensare che MacElhone abbia realmente preso in prestito la ricetta creata dal collega MacGarry e, piuttosto che farla sua, l'abbia introdotta ai suoi clienti mantenendo comunque la memoria storica del suo creatore.

Luca Rapetti

LUXARDO®

ORIGINALE
DAL 1821



LUXARDO.IT

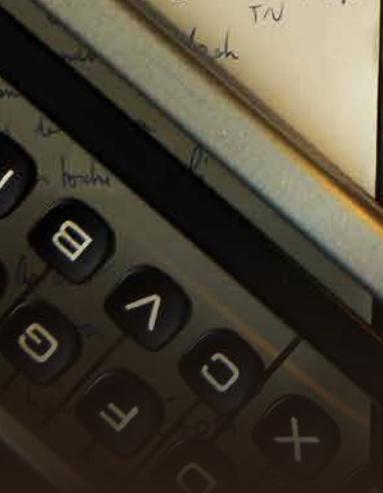
f @ in

@ LUXARDOOFFICIAL
WEARELUXARDO





LUXARDO.IT



LUXARDO

est.
1821

Gerolamo Luxardo

LUXARDO PROMUOVE
IL BERE RESPONSABILE



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

GIROESMO LUXARDO FAMILY OWNED SINCE 1821

est. 1821

Girolamo Luxardo

LUXARDO PROMUOVE IL BERE RESPONSABILE

AGAVE E READY TO DRINK

Insieme alla crescita dei brand di lusso, i trend per l'anno che è appena cominciato

DI GIULIA ARSELLI

Sembra anacronistico parlare di trend per il 2021. Tuttavia sebbene il 2020 sia stato un anno estremamente impegnativo per tutta la industry, produttori, bartender e retailer, gli analisti di settore, International Wine & Spirit Research in primis, indicano alcuni modelli di sviluppo che probabilmente caratterizzeranno quest'anno.

La pandemia ha tuttavia fornito l'occa-

sione per indicizzare nuove categorie di consumatori. Tra questi, coloro che puntano a uno stile di vita salutista e a un consumo più responsabile, complice la forzata chiusura in casa, potremmo definirli dei consumatori più consapevoli. Per questi motivi gli hard seltzer, bevande con acqua gassata, basso contenuto alcolico e pochissime calorie, hanno vissuto un forte momento di crescita. Non possia-





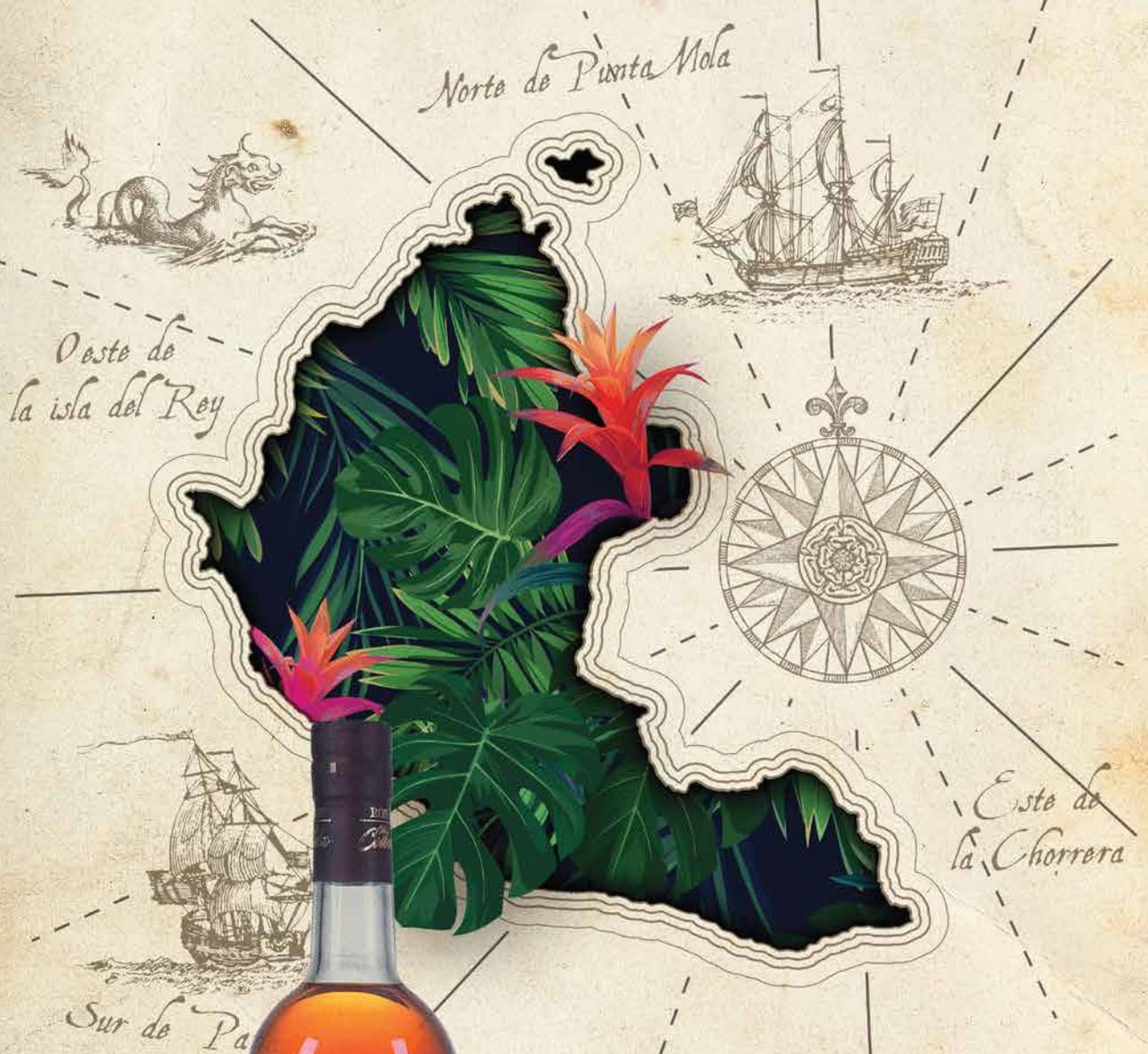
mo certo pensare di essere allegri, ma di segnali positivi ne ha bisogno tutto il settore, per intravedere delle opportunità, tra speranza e cautela, per un anno che si presenta ancora con molte incertezze ma che si immagina sia quello della ripartenza.

Per il 2021 sembra che ci siano tre categorie che traineranno la ripresa: agave spirit, una sorprendente, ma neanche tanto, crescita dei brand di lusso, e il grande ritorno dei ready to drink.

Da rilevare che la campagna di sensibilizzazione verso l'uso eccessivo di plastica ha subito una forte battuta di arresto. Le restrizioni sanitarie e l'entrata in scena del delivery hanno giocoforza provocato un aumento dell'uso di servizi monouso

in plastica. Tuttavia riteniamo che questa sia una situazione momentanea che non arresterà il processo iniziato verso un consumo più sostenibile. I brand orientati in quella direzione ne verranno ripagati in futuro, perché i consumatori saranno molto attenti verso le aziende che oltre gli scopi commerciali, si prefiggono una nobile missione come il rispetto dell'ambiente. Restiamo nel campo delle ipotesi, certamente, ma la stampa di settore è tutta concorde nel condividere le previsioni di cui vi parliamo.

Agave spirit. L'interesse delle celebrity dello star system, il loro essere influencer e una innegabile disponibilità economica a investire nel settore ha catapultato Tequila e Mezcal a crescere in modo impor-



RON *Isla* *Coiba*

L'ISOLA CHE C'È

Isla Coiba è un rum puro e intenso come i paesaggi incontaminati della splendida ed irraggiungibile isola dal quale prende il nome.
Il clima umido e la brezza marina Panamense scolpiscono il gusto sapido e persistente di Isla Coiba che viene ancora oggi prodotto e invecchiato secondo la sua ricetta originale del 1908 nella storica distilleria di Pesé

Bevi responsabilmente.



tante negli USA. Sembra che la pandemia non abbia fermato l'appeal che questi spiriti esercitano sul mercato. Risultato: le vendite sono definite fenomenali. Molti dei più performanti agave brand godono dell'immagine dei loro investitori, sembra che questo connubio sia una garanzia di successo. Oltre il marketing questi marchi possono godere di una base di fan forte e consolidata.

L'ultimo brand a stupire per la sua performance è stato Dwayne "The Rock" Johnson's Teremana Tequila, che nel suo primo anni di vita sembra avviarsi allo strepitoso numero di quasi trecentomila casse vendute. I sondaggi tra i retailer dicono che Tequila e Mezcal saranno gli spiriti di punta sugli scaffali. Non ci stupiremmo di osservare che accanto al successo di cui godono i due distillati più noti del Messico, uscissero dalla penombra anche i loro



cugini Sotol, Raicilla e Bacanora.

Il Tequila è la categoria con la più rapida crescita negli Stati Uniti già da diversi anni e la domanda di agave spirit supera l'offerta. Le grandi aziende si stanno muovendo in cerca di nuove acquisizioni per espandere il proprio portafoglio prodotti,



diversamente non si escludono investimenti in nuove distillerie per soddisfare la domanda.

Luxury spirit. L'emergenza sanitaria e il relativo lockdown che ha costretto i consumatori a rimanere in casa, ha determinato un cambiamento nelle abitudini. Sembra che i consumatori, diversamente dal solito, abbiano utilizzato il denaro che avrebbero speso nei bar per l'acquisto di alcolici di qualità elevata. Uno studio condotto da IWSR Drinks Market Analysis prima della pandemia aveva mostrato che i brand con valore al dettaglio superiore ai 100 usd crescevano più rapidamente del mercato totale degli alcolici. Questo trend si è confermato anche nel 2020 e continuerà nel 2021 con un aumento costante tra Whiskey americano, Tequila e Rum. Nel 2020 tutti i brand hanno riscontrato un aumento delle referenze di fascia più alta.

Cannabis. Negli ultimi anni i cannabis drink sono stati un tema molto caldo nel



settore. Sono nati produttori che hanno fatto grandi investimenti sollevando molta curiosità. Tuttavia nell'ultimo anno questo

BEVI RESPONSABILMENTE - WWW.AMAROSANTONI.COM



SANTONI

DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA PER L'ITALIA DA
VELIER

STARLINO ROSSO

STARLINO MANHATTAN

1 parte Starlino Rosso

2 parti Rye

2 gocce di Bitter e Ciliegie

Starlino Maraschino



SELEZIONE DI HOTEL DAL 1906

STARLINO
ROSSO
'VERMOUTH'



SELEZIONE DI HOTEL DAL 1906

STARLINO™



interesse, se non in calo, aveva subito una battuta di arresto. Il settore potrebbe godere di una nuova rinascita con Joe Biden alla guida degli Stati Uniti. Il nuovo presidente si è già pronunciato a favore della legalizzazione in materia specifica e potrebbe approvare un disegno di legge durante il suo mandato, un importante passo avanti per la categoria.

Il colosso statunitense di bevande Constellation Brands ha acquistato importanti quote, per un miliardo di dollari di investimento, nelle società di produzione. Il CEO e presidente di Constellation Brands, Bill Newlands, ha dichiarato: «Sebbene la legalizzazione globale della cannabis sia ancora agli inizi, continuiamo a credere che l'opportunità a lungo termine in questo mercato in evoluzione sia sostanziale».

Ready to drink. Questo settore sembra non essere più un oggetto misterioso per i produttori, piuttosto un settore con nuo-



ve e forti potenzialità. Gli analisti prevedono una rapida crescita almeno nei cinque anni a venire, probabilmente il prodotto alcolico con la più rapida crescita globale. La categoria si è potenziata con l'arrivo degli hard seltzer e di nuovi prodotti sodati alcolici. Nel comparto hard seltzer



sono previsti grandi investimenti da parte di colossi come Corona, Coors, Heineken e Coca Cola. Durante la pandemia hanno sostenuto i consumi casalinghi, anche grazie a indovinati e convenienti formati. A loro indiscutibile vantaggio il basso contenuto alcolico, l'essere ipocalorici e a basso contenuto di zucchero, gusti spesso insoliti e cocktail RTD di alta qualità.

Sono previsti gli arrivi sul mercato di versioni sofisticate di RTD con base Whisky e Cognac. Pensiamo che il consumo di cocktail ready to drink goda della riduzione dei tempi di attesa e, per i più previdenti e apprensivi, anche della mancanza di contatto fisico.

Bere online. Durante l'imperversare dell'emergenza sanitaria la rete online è divenuto un mercato importante per le aziende. Nel 2020 tutti i brand hanno implementato le strategie digitali per intercettare i consumatori: laboratori interattivi con tasting in diretta, visite virtuali delle distillerie, preparazioni di cocktail, dimostrazioni dei processi produttivi dei singoli prodotti, hanno imperato sui social. Queste attività hanno creato nuove prospettive per entrare in contatto con i consumatori e presentare le novità. Nel 2021 si avranno grandi investimenti nell'e-commerce e nella pubblicità on line.

Attualmente il più grande mercato di alcolici online è la Cina, ma gli analisti di International Wine & Spirit Research prevedono che entro la fine del 2021 gli USA diverranno il primo mercato e-commerce per gli alcolici. I più importanti eventi di settore in presenza hanno dovuto trasformarsi anch'essi in edizioni digitali. Tra questi ricordiamo il "Berlin Bar Convent" e "Tales Of The Cocktails" dell'anno appena trascorso.

Giulia Arselli

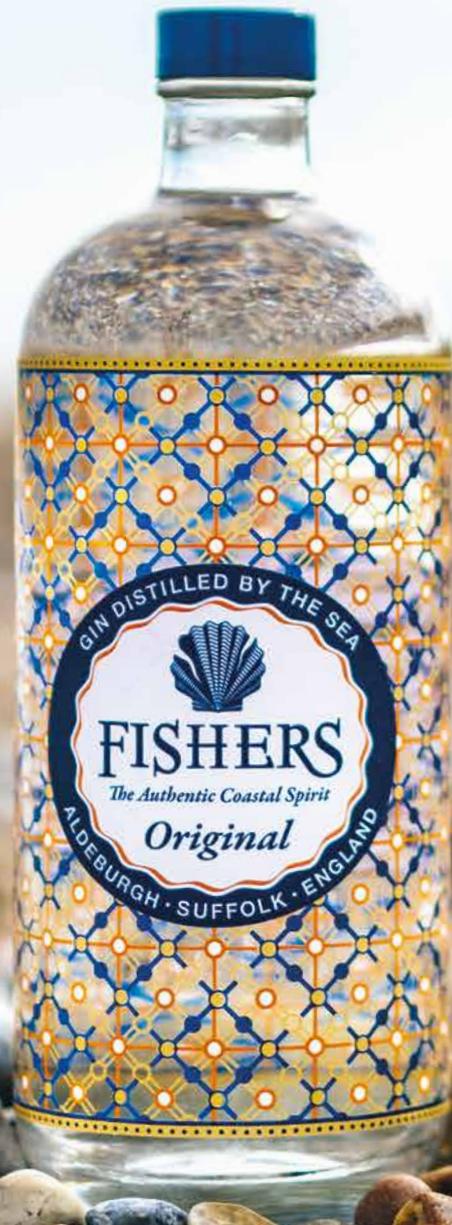




FISHERS

*Fishers è più di un gin,
è l'espressione della costa inglese.*

Distillato tra il mare e le saline, Fishers viene infuso con erbe autoctone e piante della flora costiera, per catturare gli aromi selvatici originari della costa inglese del Suffolk.



THE AUTHENTIC COASTAL SPIRIT

IL VINO DEL FIGLIO DEL RE

Pregiato, antichissimo, forte e secco
Un “siciliano” nel Castello di Chantilly

DI ALESSANDRO PALANCA



Abbiamo già detto di alcuni vini della fascia del sole: Porto, Sherry, Madeira e Marsala. Quella preziosa espressione viticola ricade in quel nastro dorato che copre le terre tra il 34° e 43° parallelo. Dalle fertili valli del Douro in Portogallo, avvolgendo l'Andalusia, la Sicilia, la Grecia insulare e le coste turche, il sole splende su queste terre per 250 giorni l'anno, il suo calo-

re è temperato dalle brezze marine. Con questa importante escursione termica le vigne crescono forti e ricche di zuccheri.

In questa famiglia rientrano vini veramente prodigiosi. Oltre i celeberrimi Moscati Passiti e Marsala, in Sicilia esistono altre realtà poco conosciute, altre cancellate dal tempo, le cui storie meritano particolare attenzione e di essere tramandate e conservate a ricordo di un

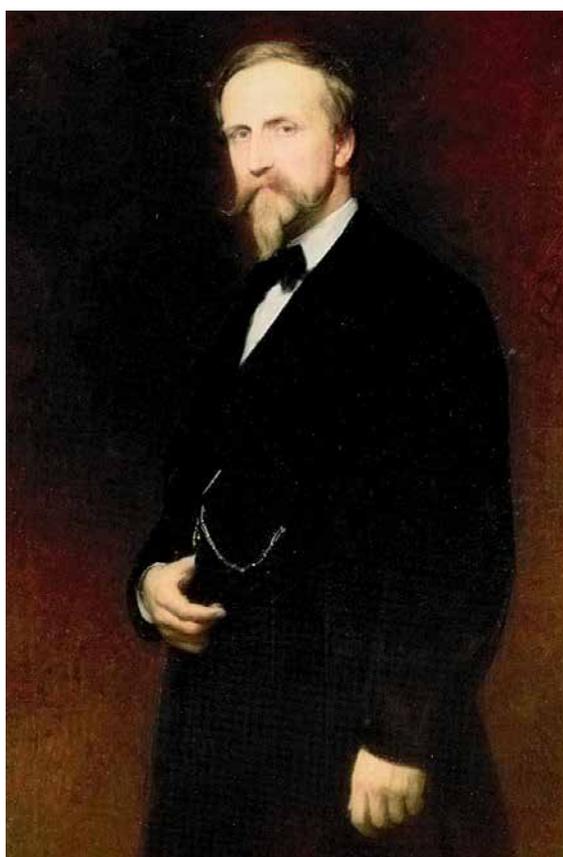


tempo in cui erano protagonisti sul mercato.

Se gli inglesi sono stati protagonisti nella storia del Marsala, anche i francesi hanno svolto un ruolo importante nell'economia agricola della Sicilia. Come per la storia del vino di Zucco, per esempio, oggi definitivamente scomparso.

Probabilmente questo era il vino siciliano più esclusivo e ricercato del suo tempo. L'origine di questo liquido prezioso è da attribuire a uno degli uomini più ricchi e influenti della seconda metà dell'800, Henri Philippe, duca D'Aumale e figlio di Luigi Filippo d'Orléans, re dei francesi, e di Maria Amalia Borbone di Sicilia. Henri Philippe era il più grande proprietario terriero del tempo in Francia. Tra i suoi possedimenti anche il celebre castello di Chantilly poi donato all'Istituto di Francia.

Nell'Archivio di Parigi "Branche d'Orléans", si possono consultare progetti e carteggi dell'800 dai quali emerge con chiarezza il patrimonio siciliano degli Orléans. In Sicilia possedeva Zucco, una vasta proprietà terriera di circa 6.000 ettari

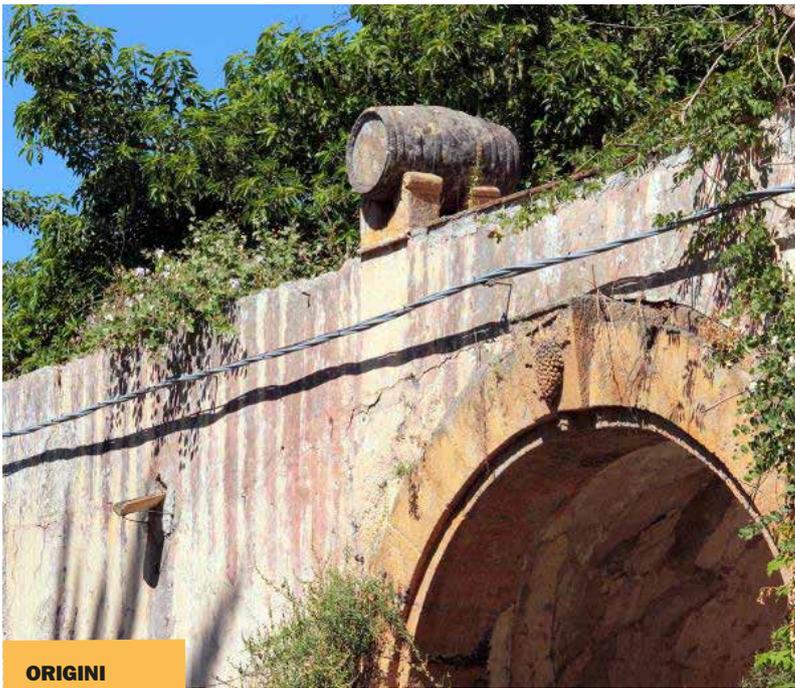


ZUCCO

QUI A SINISTRA
UN RITRATTO
DEL DUCA
D'AUMALE
CHARLES
FRANÇOIS
JALABERT,
1866
(COURTESY
GODSAND
FOOLISH
GRANDEUR.
BLOGSPOT.
COM).
IN APERTURA
UNA FOTO DEI
GIARDINI
DELLA TENUTA
ZUCCO.
(PH JEAN PAUL
BARREAUD).

che si estendeva a ovest di Palermo nei terreni tra Montelepre, Terrasini e Giardinello.

Il duca d'Aumale era giunto in Sicilia perché esiliato dai francesi. Il padre, Luigi Filippo, era stato tra i fautori della Ri-



ORIGINI

IN QUESTA PAGINA E NELLA SEGUENTE ALCUNE FOTO DELLE CANTINE E DELLA STAZIONE LO ZUCCO. (PH JEAN PAUL BARREAUD).

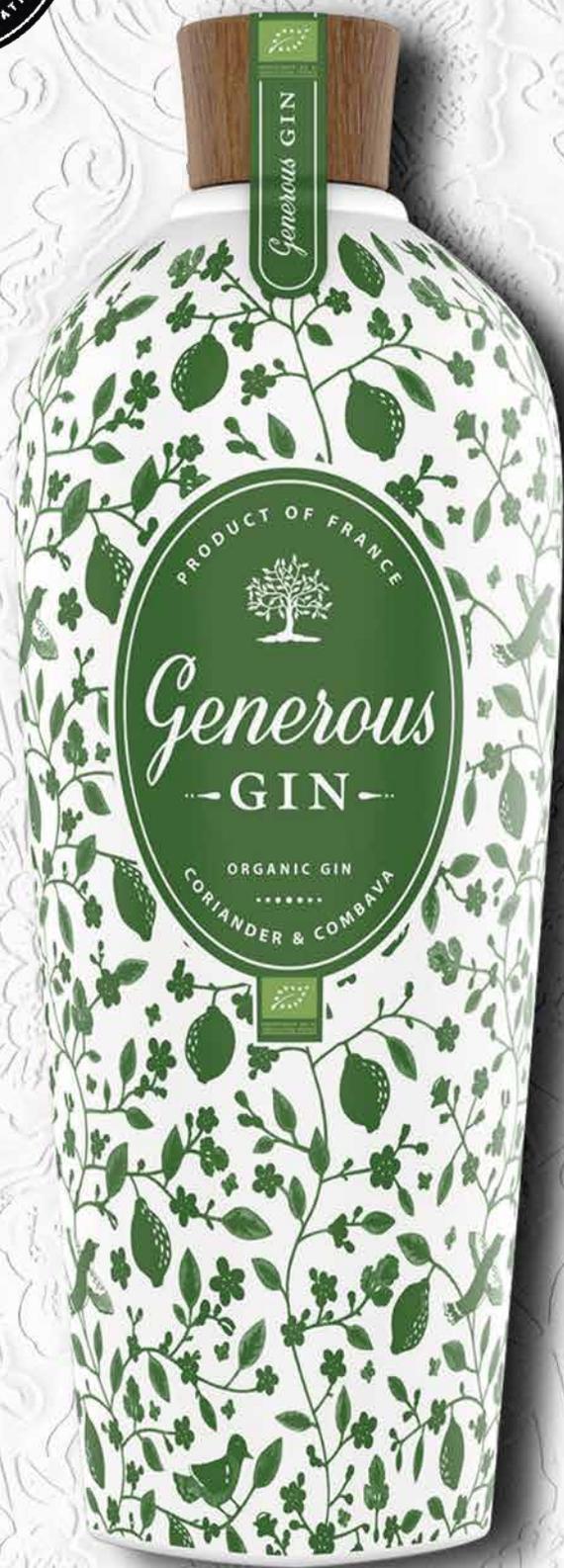
voluzione, poi aveva abbandonato il suo paese per tornarvi con la Restaurazione, divenire re di Francia ed esserne cacciato con la rivoluzione del 1848. Henri Philippe era il suo quartogenito, anche lui esiliato.

La proprietà Zucco era stata acquistata nel 1853 da don Vincenzo Grifeo,

duca di Florida e principe di Partanna, La tenuta conteneva allevamenti di cavalli, un frantoio, produceva grano, olive e vini, limoni, pistacchi e vigneti che si estendevano a perdita d'occhio. Tra i vini prodotti ve n'era uno molto particolare, lo Zucco, un vino secco, forte e raro, invecchiato cinque anni in botti di rovere e probabilmente ottenuto da uva Insolia, frutto di una vigna controllata a vista giorno e notte.

Si ritiene comunque che il vino provenisse da un uvaggio più complesso. Infatti erano impiantati anche Catarratto, il Riesling, lo Xeres, il Semillon blanc, l'Alitante bianco e il Perricone.

Il vino di Zucco ebbe quindici premi internazionali, tra cui quello dell'Esposizione Nazionale di Palermo del 1891 e 1892. Nel 1866 era venduto in Francia al prezzo di 3,35 franchi la bottiglia, il prezzo di un buon Bordeaux. Trovò posto nelle cantine più importanti, nei lussuosi mezzi di trasporto del tempo frequentati da ricchi viaggiatori, finanche nelle vetto-



Ron Cubay

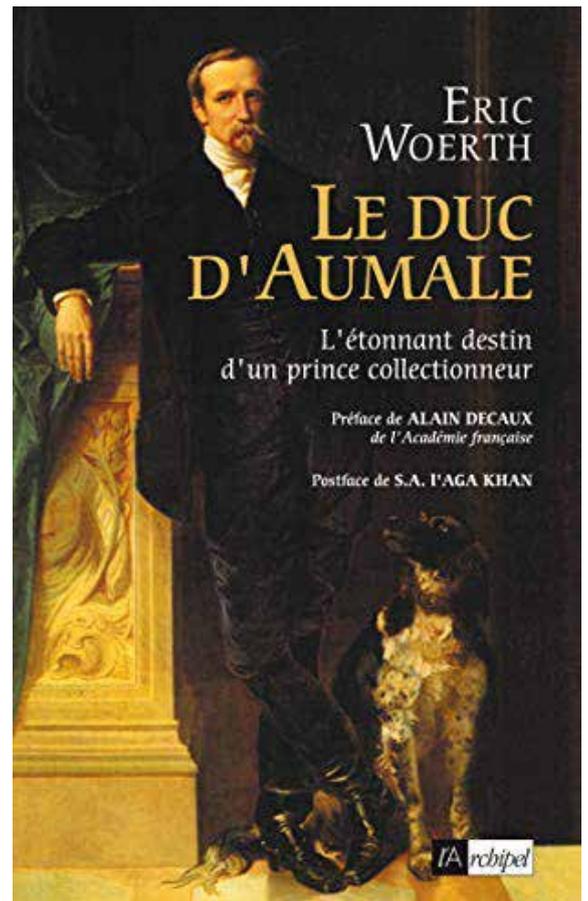
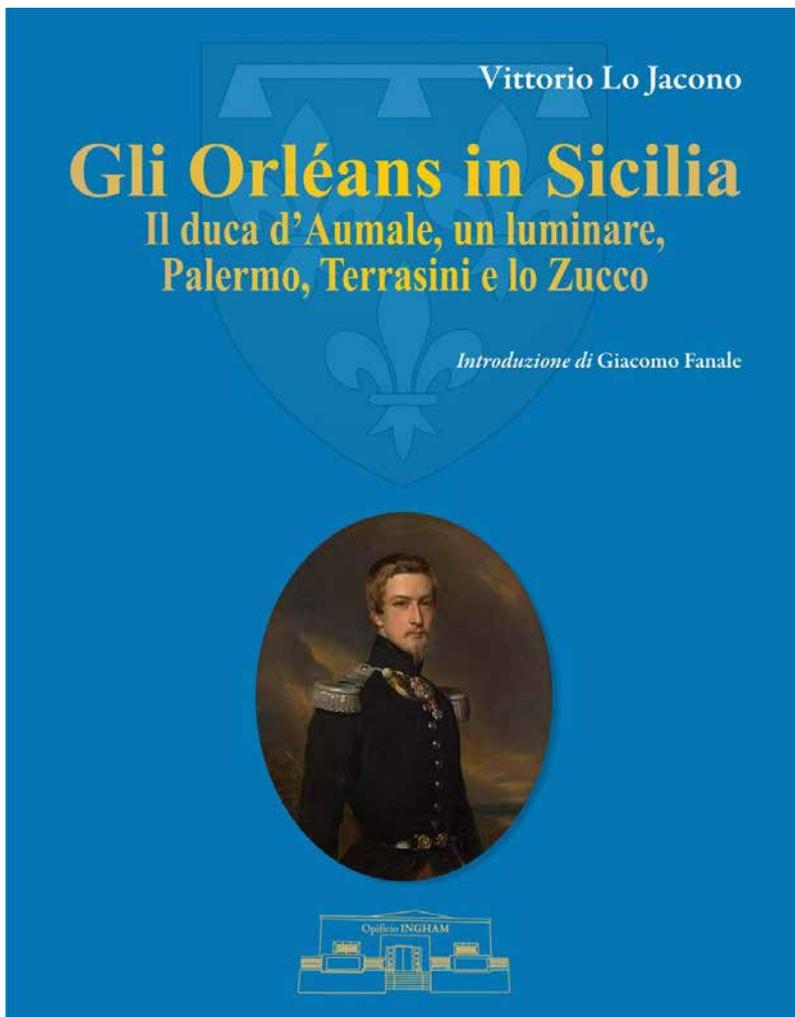


¿LO SIENTES?
ES EL SABOR
DE CUBA!

BEVI RESPONSABILMENTE

Importato e distribuito in esclusiva da Erc Sun Spirits, via Aldo Moro 1, 38062 Arco TN
ph. +39 0464 036117 - mail. info@ercsunspirits.it - web. www.ercsunspirits.it

— E R C —
SUN SPIRITS



studio furono pubblicati in un rapporto chiamato “Zucco: un Domain Sicilien”.

Quando le circostanze storiche lo permisero il duca d'Aumale rientrò in Francia ma decise di tornare in Sicilia perché era morire sull'isola che voleva vivere i suoi ultimi giorni di vita. Stanco e ammalato voleva rivedere la sua tenuta e quelle vigne prodigiose, sorseggiare per un'ultima volta quel vino a cui tanto della sua vita aveva dedicato. Il duca Morì a Zucco il 7 maggio 1897.

in Sicilia le coltivazioni di viti a spalliera, fu il primo produttore a imbottigliare il vino. La produzione di vino nella tenuta avrebbe raggiunto i trentamila ettolitri.

Nel 1897 arrivò in Sicilia un gruppo di agricoltori francesi della Società di Agricoltura di Angers per studiare il fenomeno produttivo di questo vino. I risultati dello

Il duca d'Aumale aveva sposato la principessa italiana Maria Carolina Augusta delle Due Sicilie. La coppia ebbe 4 figli che purtroppo morirono tutti molto presto. La proprietà fu quindi frammentata e una particella passò al pronipote Luigi Filippo Roberto D'Orléans che proseguì la produzione sino al 1923. Anche lui morì in Sicilia, nel Palazzo d'Orléans, quello



SCEGLIETE A CHI CREDERE.

UNA MIRACOLOSA BUGIA

*Inspirato ai miracolosi
e fraudolenti rimedi
venduti dai ciarlatani
del 1700.*

UN'AMARA VERITÀ

*Un amaro artigianale
ottenuto per infusione
e distillazione
di erbe, spezie e cortecce.*



SEGUICI SU

rimediciarlatani.it

@rimediciarlatani

BEVI RESPONSABILMENTE



Rappresentato da

RINALDI 1957

Welcome to Sugarlandia



che un tempo si chiamava Piano di Santa Teresa.

La proprietà dello Zucco fu quindi acquistata dai Principi di Gangi. Ma i vigneti furono colpiti a più riprese da malattie della vite e la produzione crollò fino ad arrestarsi nel 1955. Nuovi proprietari estirparono le ultime piante rimaste per fare posto ad alberi di agrumi ritenuti più vantaggiosi economicamente. Vicissitudini economiche e altre pratiche poco chiare portarono al sequestro della proprietà che divenne oggetto di aste giudiziarie. Le cronache riportano anche che fu usata come rifugio di latitanti e per summit mafiosi.

Oggi il vino dello Zucco non viene più prodotto ma ha lasciato le sue memorie indelebili nel Castello di Chantilly in Francia, lo stesso dove il celebre cuoco Vatel custodì gelosamente la sua ricetta di "crema Chantilly" e a Terrasini. Il castello custodisce l'album fotografico "Viaggio in Sicilia del duca D'Aumale" con foto realizzate da fotografi palermitani del tempo.

A Terrasini la masseria del duca fu

trasformata in un museo enologico che custodisce una rara bottiglia di vino di Zucco del 1875. Il ricco collezionista di vini Michael-Jack Chasseuil possiede tre preziosissime bottiglie del 1865 di questo vino. Così si è espresso sul vino di Zucco: «Profumo discreto, secco al palato, gusto di noce con un finale particolarmente lungo. Ricorda uno Xérès incrociato con del vino giallo, secco ma potente, eccellente».

Oggi dall'alto di monte Palmeto, che guarda l'aeroporto di Punta Raisi, si vedono ancora gli ulivi centenari che individuano la zona della tenuta ormai frammentata. Un agricoltore coltiva il sogno segreto di riprodurre il famoso vino. Ha espantato gli alberi di agrumi e impiantato nuove viti.

A Partinico sono stati avviati progetti per riprendere la coltivazione dei vigneti. Forse il duca D'Aumale tornerà a vivere, anche se solo sull'etichetta di una bottiglia.

Alessandro Palanca



ALLA CORTE DEI BARMAN

Quando l'aperitivo era una cosa seria Cronaca di un'involuzione improvvisa

DI **BASTIAN CONTRARIO**

Vi voglio raccontare di un mondo lontano in cui i bartender, i miscelatori, i proprietari di bar e di locali erano tenuti in grande considerazione. Ritenuti esperti nel loro sapere, venivano trattati alla stregua di qualsiasi altro specialista.

A quel tempo, se si fosse creduto di essere stati lesi in un proprio diritto si sarebbe richiesta la consulenza di un avvocato, ma se si fosse voluto conoscere la perfetta preparazione di un Daiquiri, la sua composizione originale, la sua storia o l'evoluzione del drink, si sarebbe chiesto a un barman. Anche l'avvocato la chiedeva al barman (a parte David Augustus Embury, lui era tutte e due le cose).

Favole, mi direte voi. Certo, difficile credere in un mondo diverso, quando oggi la casalinga di Voghera, ma anche il

medico di Napoli, sono convinti che i bar siano luoghi pericolosissimi: è lì che un loro cugino ha contratto il Coronavirus per il tramite di una tazzina infetta. «Scusi signora, ma suo cugino quello stesso giorno non è per caso andato anche in ufficio, al supermercato, in posta e in farmacia e alla fine è entrato tre minuti al bar di Luigi, dove ha preso un caffè?». «Sì, ma sicuramente ha preso il virus quell'unica volta che è andato al bar...». Favole da raccontare alla lavastoviglie che, espressione pratica dei più basilari principi chimici e fisici, è sicura che nessun germe, virus o batterio può resistere al suo ciclo di lavaggio, obbligatorio per legge.

Agli esordi del secolo scorso, il settore dei bar era in pieno fermento in tutto il mondo. Come ho detto nello scorso



numero, la miscelazione era un universo variegato, che dava spazio e possibilità di espressione a molteplici figure professionali. Il marketing andava a braccetto con i maggiori produttori e distillatori di spirit e, se nello scorso numero ci siamo occupati di qualche scivolone, qui mi piacerebbe ci ricordassimo di quante opere d'arte dell'ultimo secolo siano invece nate con e per prodotti per la miscelazione, basti pensare al meraviglioso connubio Campari-Depero, esempio tra gl'innumerevoli.

Tutto il mondo degli alcolici era un mercato importante, forte. Così, con il marketing, l'arte e la concorrenza, si diffusero altri tipi di "scalate" al successo commerciale.

Tra i numerosissimi tentativi di contraffazione del Bitter Campari, uno fu

particolarmente insidioso perché "collettivo". Qualche decennio fa Campari iniziò l'acquisizione del mercato svizzero e il prodotto ebbe un successo così importante, che moltissimi caffè vendevano diversi aperitivi sotto il nome di Campari. Ad accorgersi che il problema non era limitato a qualche locale, ma a moltissimi (all'epoca Campari propose azione legale nei confronti di ben 90 caffè svizzeri), furono gli agenti Campari. La società meneghina aveva infatti elaborato un pratico e funzionale sistema di controllo del territorio, delegando ai propri agenti di verificare cosa succedesse nei locali e di riportare all'azienda eventuali comportamenti scorretti.

Un giornale in lingua francese dell'epoca riportò che: «un agente fu inviato a Ginevra e accompagnato da vari te-



BEVI RESPONSABILMENTE

ph. Melania Stracusano



Una dolce carezza per l'anima.

Una linea elegante e ricercata di liquori di alta gamma realizzati a mano, da assaporare in purezza, per meditare o rallegrarsi, che trova massima espressione nella creazione di cocktail d'autore.

info@giardinidamore.com | www.giardinidamore.com

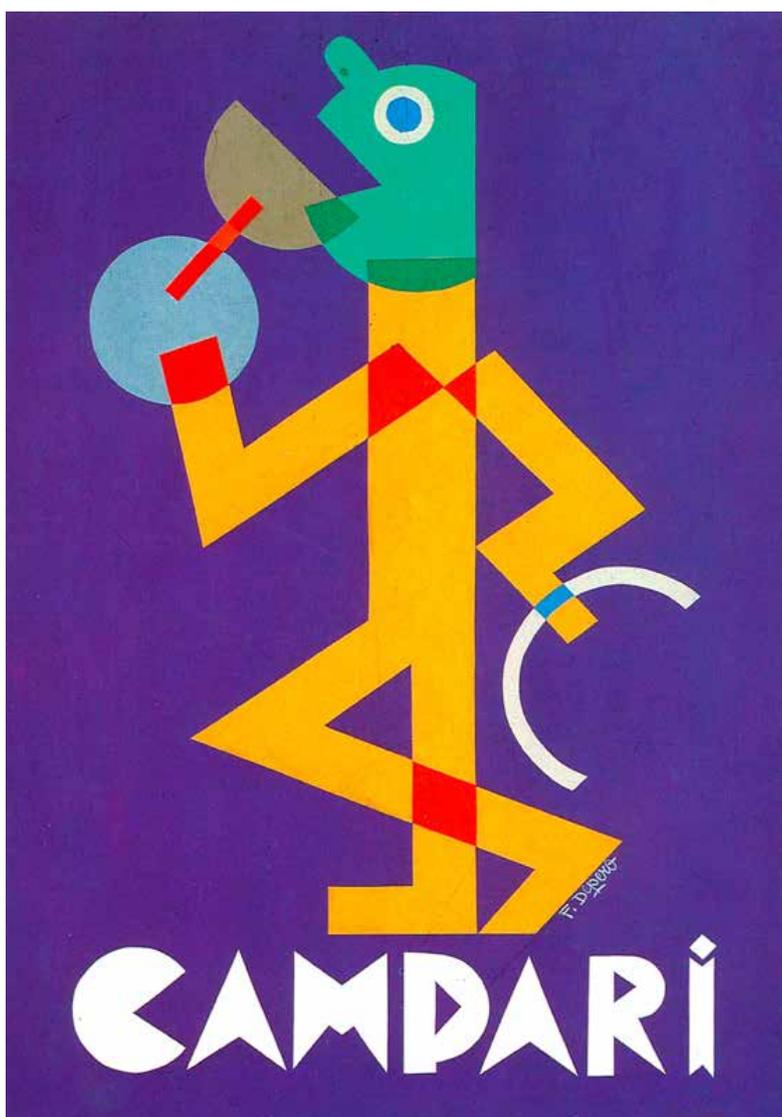
KAMALEONTICA ●●●●

stimoni ha effettuato una meticolosa inchiesta in vari locali e ha constatato che sotto il nome di Campari si servivano altri liquori e questo costituisce un atto di concorrenza illegale e che in altri locali si versava ai consumatori un prodotto qualunque nelle bottiglie di Campari».

Nel 1923 la Cour de Justice Civile di Ginevra, chiamata a pronunciarsi nella causa intentata per i motivi esposti nei confronti del Cafè du Siecle, ritenne che per stabilire esattamente se sussistesse o meno la contraffazione, l'analisi chimica non fosse sufficiente. Così designò degli esperti al fine di effettuare una degustazione e in una delle ultime udienze venne anche eseguita direttamente in aula una dimostrazione con dei sifoni, poiché peculiarità del Campari autentico era quella di creare una schiuma più abbondante rispetto a prodotti simili. Così i barman vennero assunti non solo come periti di parte ma, addirittura, il giudice si servì del loro sapere per dare ragione a uno dei due contendenti. Che cosa ne avranno fatto di tutto il "Campari versato"? «Dopo questa dimostrazione uno dei giudici per essere assolutamente sicuro consentì la degustazione dell'aperitivo preparato espressamente dal rappresentante del gruppo Campari».

Insomma, niente favole. L'aperitivo era una cosa seria. Mobilitava esperti e migliaia di franchi svizzeri di risarcimento (per saperne di più V. VARINI, *Impresa, enti locali, welfare company in Lombardia. Intervento municipale e iniziativa privata tra XIX e XX secolo*, Franco Angeli, MI). Alcuni anni dopo, i barman furono di nuovo *deus ex machina* in uno dei più famosi casi giudiziari collegati all'industria del beverage.

Nel 1936 Bacardi fece causa al The



How to get to the bottom of this Case

The case before you is simply to decide whether or not this is a Bacardi Cocktail.

We could, of course, urge you to study the New York Supreme Court ruling which says it's a Bacardi Cocktail *only* if it's made with Bacardi. But we suggest this simpler way of getting to the bottom of the case:

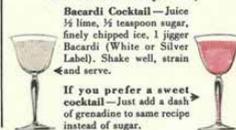
Seize the cocktail firmly in one hand and raise it to your lips. Repeat until you see the bottom of the glass. If it's just

about the grandest, most delectable drink you ever tasted... well, we say it *must* be a Bacardi Cocktail!

You see, nothing can replace Bacardi in a drink. For its 83-year-old formula, known only to the Bacardi family, gives it a flavor and smoothness that can't be matched.

So how about sitting in judgment on a Bacardi Cocktail right now? Just be sure you really get Bacardi!

A Bacardi Cocktail's best when dry
So here's the recipe to try



Bacardi Cocktail—Juice
½ lime, ½ teaspoon sugar,
finely chopped ice, 1 jigger
Bacardi (White or Silver
Label). Shake well, strain
and serve.

If you prefer a sweet
cocktail—Just add a dash
of grenadine to same recipe
instead of sugar.

Even the LAW* says: In a Bacardi Cocktail

Nothing can replace BACARDI

*Ruling of the N. Y. Supreme Court, April 28, 1936: A Bacardi Cocktail *MUST* be made with Bacardi.
RUM—89 Proof—Bacardi Imports, Inc., New York, N. Y.



Barbizon – Plaza Hotel e al Wivel Restaurant di New York, rei, secondo l'attore, di preparare il Bacardi Cocktail utilizzando un Rum diverso da quello da loro prodotto. Inizialmente la Corte respinse l'istanza, ritenendo che non vi fosse stato sviamento della clientela: Bacardi non aveva infatti dimostrato, secondo il giudice, che il loro Rum fosse essenziale nella mente del consumatore che ordinava un Bacardi Cocktail. Probabilmente non lo era davvero: la strategia di marketing della compagnia era sempre stata quella di spingere per la generalizzazione del marchio, facendo in modo che "Bacardi" diventasse sinonimo di Rum chiaro.

L'azienda fondata a Cuba, ma ormai già multinazionale, non si arrese. Così, a qualche anno dalla fine del Proibizionismo, i barman più influenti degli Stati Uniti furono chiamati in aula a fianco dell'ex Segretario di Stato di New York e alle maggiori personalità della stessa città. Ne nacque una sfida alla *Law and Order* sotto spirito. Alcuni bartender sostenevano che il Bacardi Cocktail potesse contenere qualsiasi tipo di Rum, a meno che il cliente non richiedesse espressamente che venisse preparato loro con Bacardi. Difatti, sostenevano, il Bacardi Cocktail è una variante del Daiquiri, il cui elemento caratterizzante non è il tipo di Rum, bensì la granatina che conferisce il caratteristico colore rosa. Tuttavia, sembra fu determinante la testimonianza del barman di fiducia del giudice che presiedeva l'udienza: «André (*André Guex, bartender del NY Athletic Club*), che Rum mi servivi quando ti chiedevo un Bacardi Cocktail?». «Bacardi, l'ho sempre preparato con quello». Il proprio barman ha sempre ragione... così il giudice emise un'ingiunzione che

PORTERS | GIN

COLD DISTILLED

FOR A LIGHT + NATURAL FLAVOUR



Bevi responsabilmente.

Made in a Bar, not in a Boardroom.

Importato in esclusiva in Italia da J.GASCO srl - info@jgasco.it

PRODUCT OF JAPAN

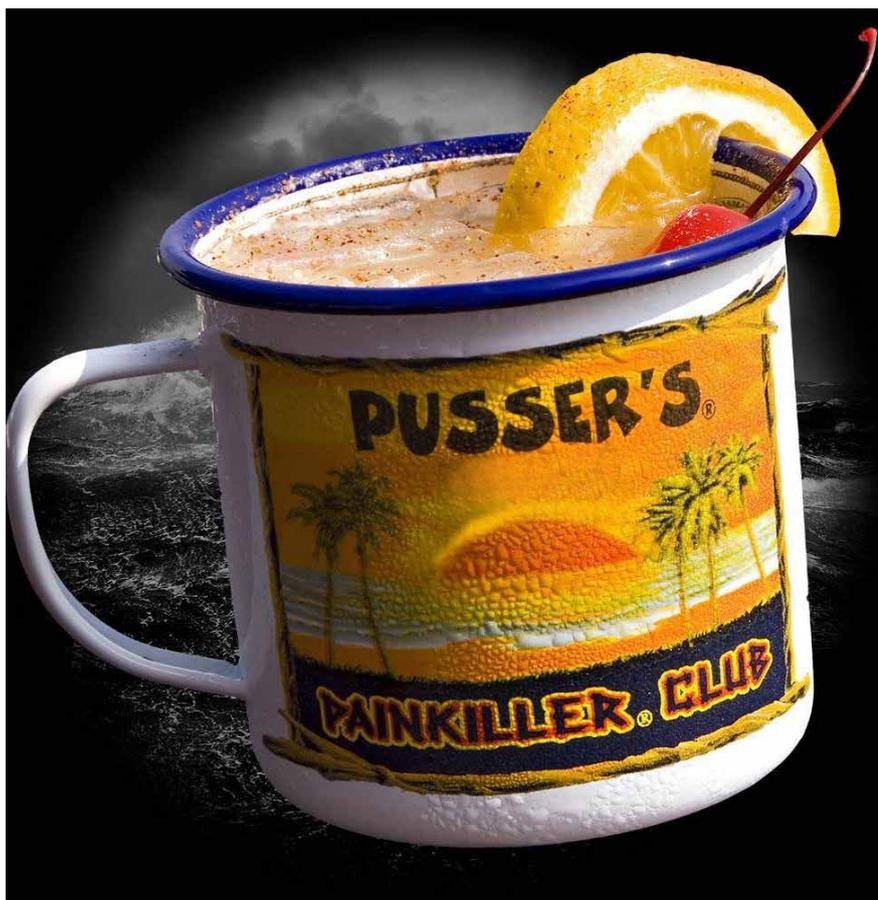


K JAPANESE
E 
N WHISKY
S
E
I

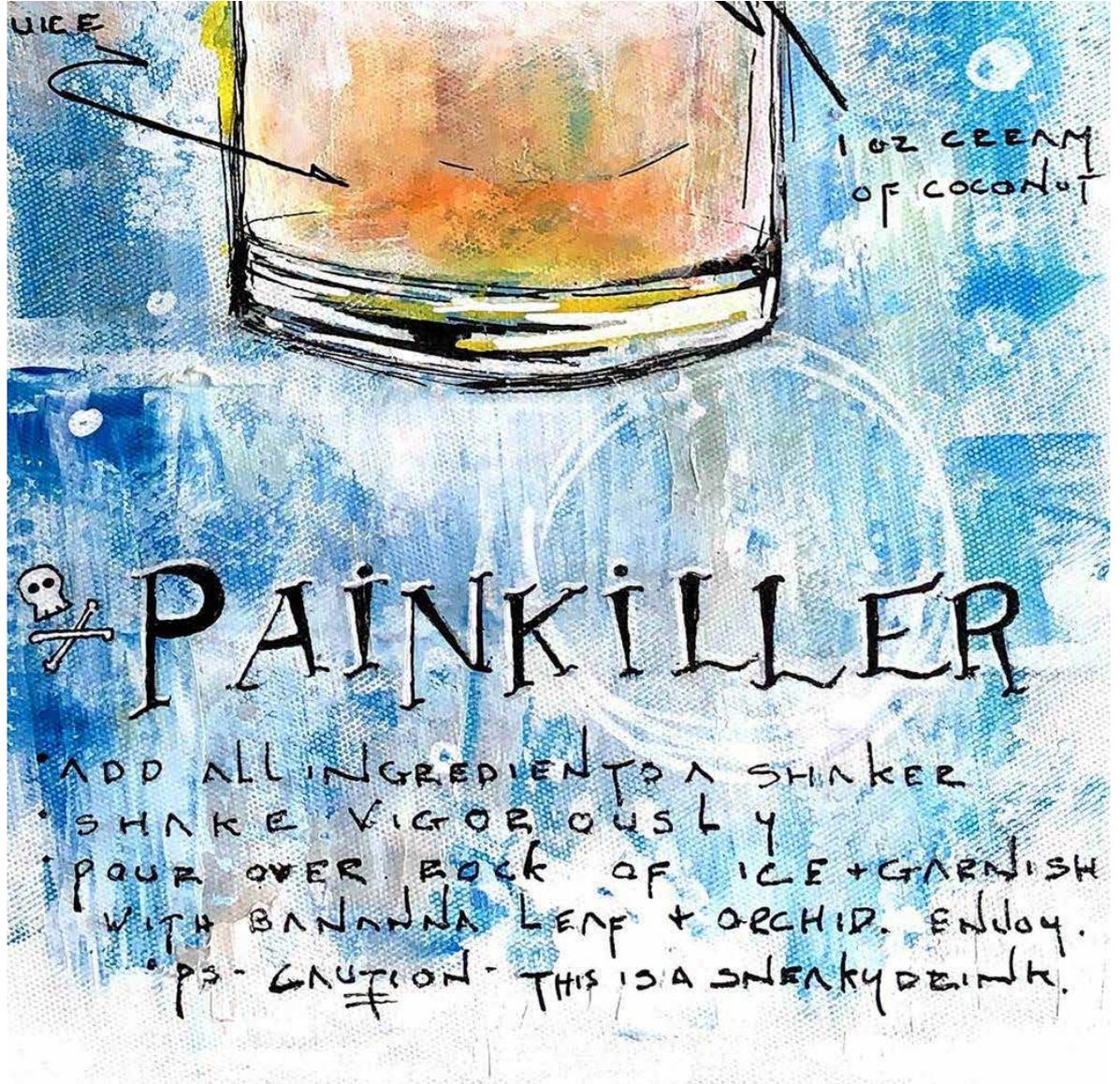
obbligava i convenuti a preparare il Bacardi Cocktail solo con Rum Bacardi.

Il caso Bacardi Cocktail è l'antesignano di una lunga genealogia di tentativi di influenzare il mercato attraverso la tutela offerta dalla legge. Lo so che almeno una volta nella carriera professionale questo folle pensiero ha sfiorato anche voi: avete creato un cocktail fantastico, che tutti i vostri clienti vi richiedono e vorreste che nessun altro lo possa preparare se non secondo la vostra ricetta? Inutile che vi scervelliate: la ricetta di un cocktail non può essere né registrata, né brevettata, perché non è ritenuta proprietà intellettuale. Se i vostri clienti ve lo richiedono avete già raggiunto l'unico scopo che un barman possa ragionevolmente perseguire. Potete però registrare il nome del cocktail come marchio e poi se qualche altro bar lo usa nella propria cocktail list, fargli causa perché vi paghi le royalty.

Ci hanno già provato in tanti, dal Dark 'n Stormy al Negroni Sbagliato, fino al Painkiller. In particolare, quest'ultimo marchio fu registrato dalla Pusser's, storico Rum scuro delle British Virgin Islands. Quando un bar di New York mise in lista il drink a base di Rum British Navy Original Pusser's, succo d'arancia, succo di ananas e crema di cocco, preparandolo con un altro Rum scuro, la Pusser's gli fece causa e la vinse. Il bar non preparò più il Painkiller, ma il PKNY in cui poteva mettere il Rum che preferiva. Quello che Pusser's non aveva calcolato era la forza e l'impatto mediatico che può avere una comunità coesa come quella dei barman: sentendosi limitati nella loro professione, molti bartender in tutto il mondo cominciarono a boicottare il Rum in questione e soprattutto a



spiegare ai loro clienti per quale motivo il Painkiller potesse essere preparato con il Rum che il miscelatore ritenesse più adatto a creare il miglior cocktail possibile. Così, pensando di poter obbligare il mercato a consumare il proprio



Rum attraverso una sentenza, l'azienda ottenne invece un collasso irreversibile delle vendite.

Oggi, nella bufera della crisi mondiale, i barman stanno pagando un prezzo incredibilmente alto. Oltre ad assistere impotenti alla fine di tanti bar e locali storici, viviamo una totale perdita di credibilità, d'indifferenza e in qualche caso di odio sociale. Non siamo più gli esperti del settore e la forza trainante del comparto, ma gli untori e i criminali, che infrangono la legge, noncuranti del benessere altrui. Proprio noi che avevamo votato la nostra vita a "ospitare" gli altri. Sono sgomento. Posso solo continuare a credere che «un lieto fine dipende da dove interrompete la vostra storia» (Orson Welles).

Bastian Contrario



— MS. —
**BETTER'S
BITTERS**



MIRACULOUS FOAMER

**A PUB KNOWS AS
MANY SECRETS AS
A CHURCH DOES**



BEVI RESPONSABILMENTE

Importato e distribuito in esclusiva da Erc Sun Spirits, via Aldo Moro 1, 38062 Arco TN
ph. +39 0464 036117 - mail. info@ercsunspirits.it - web. www.ercsunspirits.it

— E R C —
SUN SPIRITS

QUEIMADA GALLEGA

In Galizia, tra sacro e profano, il magico culto dell'Orujo e dell'aguardiente

DI ALESSANDRO PALANCA

In Spagna vi è una regione che è l'antitesi dell'immagine che abbiamo del paese iberico. Siamo in Galizia, nel nord della penisola iberica. È la regione che comprende Santiago de Compostela, la cui maestosa Cattedrale è meta finale del pellegrinaggio più famoso del mondo che si conclude a Cabo Fisterra. Sul promontorio roccioso il rituale prevede che venga fatto il bagno purificatore nell'oceano e bruciati oggetti simbolici, di solito calzini, che hanno accompagnato il viandante durante il lungo percorso.

La sua costa selvaggia comprende la

Costa do Morte, un tratto che anticamente incuteva paura alle navi che dovevano solcare queste acque spazzate da forti correnti responsabili di non pochi naufragi. Non troverete lunghe spiagge baciato dal sole, piuttosto verdi e fitti paesaggi bagnati da forti precipitazioni che ricordano paesi nordici. Non udirete il ritmo del flamenco e il suono delle nacchere ma il nostalgico suono delle cornamuse. Qui la lingua nazionale è il gallego, non il castigliano. Il turismo è più discreto rispetto a quello che frequenta le località più celebrate della Spagna. La gente è più timida



CONXURO TRADICIONAL DA QUEIMADA

Mouchos, coruxas, sapos e bruxas.
Demos, trašgos e diaños, espíritos das nevoadas veigas.
Corvos, pintigas e meigas, feitizos das menciñeiras.
Podres cañotas furadas fogar dos vermes e alimañas.
Lume das Santas Compañías, mal de ollo, negros meigallos,
cheiro dos mortos, tronos e raios.
Oubeo do can, pregón da morte; fuciño do sátiro e pé de coello.
Pecadora lingua da mala muller casada con home vello.
Averno de Satán e Belcebú, lume dos cadavres ardentes,
corpos mutilados dos indecentes, peidos dos infernais cús,
muxido da mar embravesida.

. Barriga inútil da muller solteira,
falar dos gatos que andan á xaneira,
guedella porca da cabra mal parida.
Con este fol levantarei as chamas de este lume
que asemella ao do inferno,
fuxirán as bruxas a cabalo das súas escobas,
indose bañar na praia das areas gordas.
¡Oide, oídel os ruxidos que dan as que non poden
deixar de queimarse na augardente,
quedando así purificadas.
E cando este brevaxe baixe polas nosas gorxas,
quedaremos libres dos males da nosa ialma e
de todo embruxamento.
Forzas do ar, terra, mar e lume,
a vos fago esta chamada:
si é verdade que tendes máis poder
que a humana xente,
eiqui e agora, facede cos espíritos
dos amigos que están fora,
participen con nós de esta queimada.

e riservata rispetto agli allegroni della Costa del Sol a sud, ma non meno ospitali e generosi.

La Galizia è una terra abitata da genti molto religiose, cultura e tradizioni si confondono spesso con antichi riti a metà strada tra il sacro e il profano. Uno tra quelli più curiosi è il rituale della Queimada la cui storia si ammanta di paganesimo e mistero.

Il fuoco è il protagonista nella preparazione di una bevanda la cui origine rimanda a notti ancestrali e pratiche esoteriche. Notti durante le quali, secondo leggende e credenze, si celebravano incantesimi, si cercavano la salvezza dell'anima e la purificazione del corpo. Il tutto consumando una bevanda preparata in una pentola di terracotta sul fuoco, una miscela che avrebbe spaventato gli spiriti maligni e attirato quelli benevoli.

Il rituale della Queimada e dell'incantesimo a esso attribuito è un'usanza ancora oggi molto viva nella comunità galiziana, perpetuato in molti raduni e celebrazioni sociali.

La tradizionale Queimada affonda le sue radici nell'antica cultura celtica che ha lasciato segni ancora oggi presenti a testimoniare la grandezza e l'influenza eser-

cite in antichità. L'eredità culturale dei celti è testimoniata nelle incisioni rupestri e nel simbolismo ancora oggi visibile nella comunità galiziana.

Tra i simboli ricorrenti vi sono quelli a forma di spirale come il "triskel", una figura a tre teste che ricorda una croce. Gli studiosi delle antiche civiltà hanno dato molte interpretazioni a questo simbolo, ma la più fondata sostiene che si tratti della rappresentazione dei tre elementi fondamentali della vita dell'uomo: terra, acqua e fuoco. Il rito della Queimada comprende la fusione di questi tre elementi e non sarebbe possibile senza la credenza di una componente magica ereditata da antiche tradizioni celtiche trasmesse nel tempo. Secondo la credenza la pentola di terracotta simboleggia la terra, l'acqua è rappresentata dall'acquavite che mescolandosi con la terra si fonde con essa, il fuoco che riscalda l'acquavite di vinaccia contenuta nella pentola è l'elemento che dona calore al corpo e purifica l'anima.

La "Noche de San Juan" è quella tra il 23 e il 24 giugno, durante la quale avviene il solstizio d'estate. Anche in questo caso antiche credenze di origine pagana hanno colorato il momento con la magia. Durante la notte vengono accesi falò che

TRADIZIONI

IN ALTO LA
FORMULA DEL
CONXURO.
IN APERTURA
LA
CATTEDRALE
DI SANTIAGO
DE
COMPOSTELA.



Castiglia, Leon e Asturie. Durante il Medioevo era diffuso tra le popolazioni rurali che lo producevano a proprio uso e consumo. Secondo i locali l'Orujo ha migliaia di anni di storia e ancora oggi la sua produzione è di tipo artigianale, con un forte significato tradizionale. Custodi di questo antico spirito terroir sono le orujeras, piccoli opifici a conduzione familiare.

Fondamentalmente si tratta di un distillato ottenuto dalle vinacce restanti dopo il processo di vinificazione, distillate per qualche ora in alambicchi di rame, a volte invecchiato in botti di rovere. Le vinacce possono essere fresche, cioè senza fermentazione, oppure fermentate. Il grado alcolico di questo spirito si aggira tra i 40° e 50°.

Il radicamento di questo distillato nella tradizione locale si celebra annualmente dal 1991 nel secondo fine settimana di novembre con la Festa dell'Orujo, nel paese di Potes, durante il quale vengono premiate le migliori produzioni.

Ogni anno viene premiato un personaggio pubblico come "Orujero Mayor", incaricato di leggere il bando e di partecipare attivamente al festival con l'iconica illuminazione delle Alquitaras. L'ultimo giorno del Festival Orujo, il premio "Alquitara de Oro" viene assegnato a una delle orujeras della regione che partecipano a una degustazione alla cieca.

L'alambicco Alquitara è un sistema di distillazione usato da secoli, incredibilmen-

dovrebbero dare forza al sole, il fuoco dovrebbe purificare, cacciare gli spiriti maligni e annunciare buoni auguri. Con il falò si elimina tutto il passato e si prepara un nuovo presente. Spesso la Queimada è celebrata durante questa notte.

Lo spirito utilizzato per la Queimada è l'Orujo de Galicia, una tipicità galiziana conosciuto in tutto il nord della Spagna,

FESTIVAL
IN ALTO LA
FESTA ORUJO.
NELLE DUE
FOTO QUI
SOPRA IL
FESTIVAL DI
POTES.

DIAMONDS ARE FOREVER

DIAMOND FILTRATED VODKA



BEVI RESPONSABILMENTE

www.threesixty-vodka.com

distribuito da onestigroup.com

PALLINI

Limoncello



AMORE AL LIMONE. BOTTLED.



www.limoncellopallini.com

BEVI RESPONSABILMENTE



ALAMBICCHI
DUE
ESEMPLARI DI
ALQUITARA.

te semplice e funzionale che garantisce ottimi risultati per la distillazione di oli essenziali e distillati aromatici in quantità non rilevanti. Nel caso dell'alquitara il refrigerante si trova sull'elmo dell'impianto e la condensazione del distillato avviene senza dover passare per il tubo e la serpentina. L'Orujo de Galicia è normalmente consumato liscio a temperatura di frigorifero.

In Spagna, il regio decreto 164/2014 stabilisce le regole complementari per la produzione, la designazione, la presentazione e l'etichettatura di alcuni alcolici. Tra le bevande comprese in questo testo vi è la vinaccia Orujo de Galicia.

La vinaccia galiziana è l'unica nel territorio spagnolo ad avere un'indicazione geografica protetta. Orujo de Galicia è la denominazione geografica e specifica di questo distillato. Lo stesso testo definisce le zone di produzione e le caratteristiche che devono essere soddisfatte e del cui adempimento è responsabile il Consiglio di regolamentazione della denominazione specifica "Orujo de Galicia". Tuttavia esistono altri tre prodotti specifici che sono:



l'Aguardiente de hierbas de Galicia, il Licor de hierbas de Galicia, il Licor café de Galicia.

Gli ingredienti della Queimada:

- 1 litro di acquavite di vinacce galiziana
- La scorza di 1 limone o arancia
- 150 grammi di zucchero
- chicchi di caffè



L'Orujo e lo zucchero vengono versati nel contenitore di terracotta nella misura di 150 grammi per ogni litro di spirito. Quindi incorporare le scorze di limone e arancia e una manciata di chicchi di caffè e

amalgamare la miscela. In un pentolino a parte riscaldare un po' di Orujo e zucchero sino a quando la miscela non prende fuoco. Quindi versare il liquido fiammeggiante nella pentola di terracotta. È usanza utilizzare anche una zucca vuota al posto della pentola di terracotta. Mescolare il tutto sino a quando lo zucchero non sarà completamente disciolto e la fiamma notevolmente diminuita. A questo punto l'alcol sarà quasi evaporato e la bevanda si potrà servire non prima, però, di avere recitato a voce alta la formula dell'incantesimo noto come Conxuro Tradicional da Queimada.

Alessandro Palanca

SINGLE ESTATE GIN, LONDON DRY.

BEVI RESPONSABILMENTE



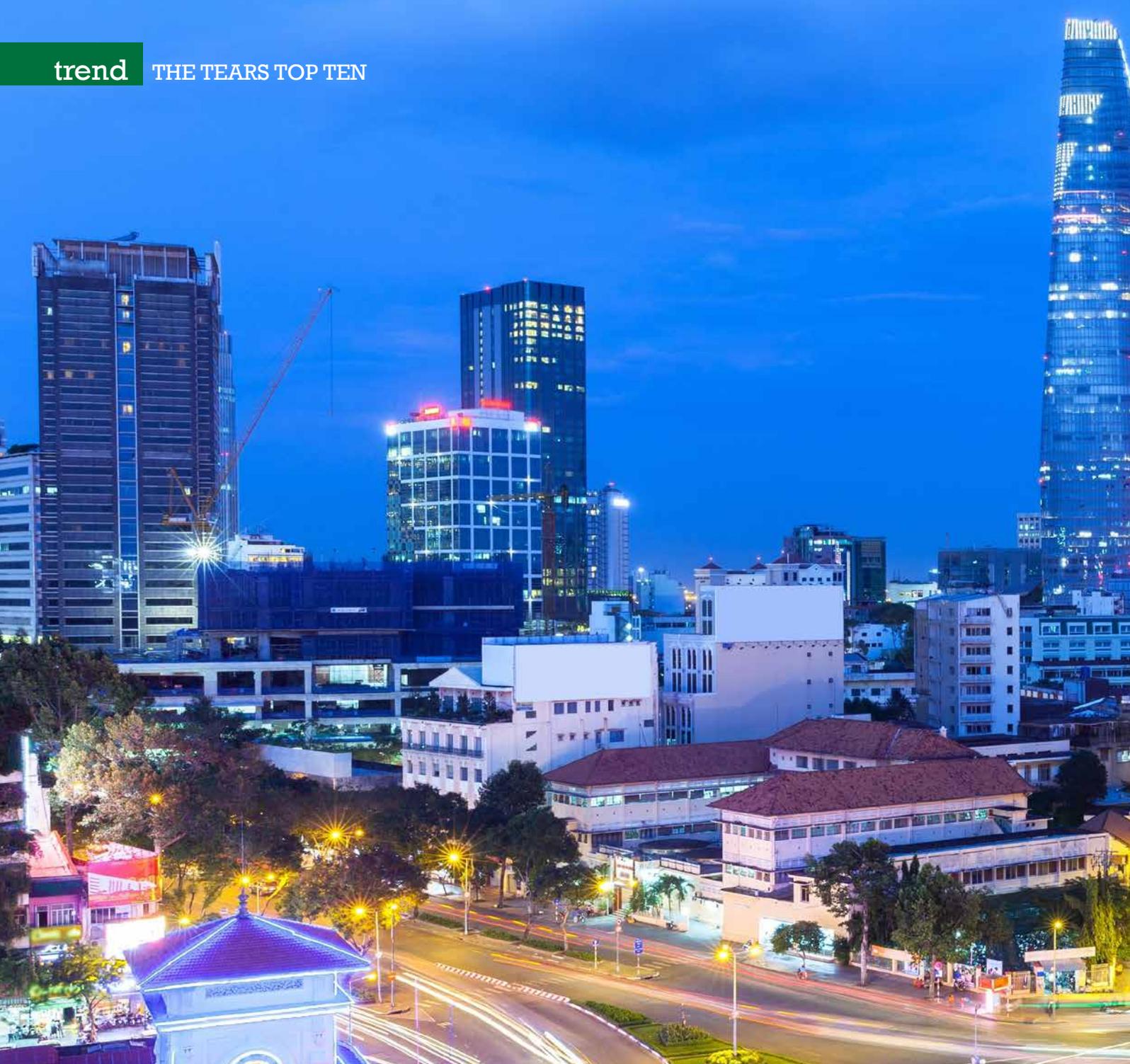
Una nuova filosofia a km0,
sostenibilità ambientale
con il piacere di un gusto
100% British.

DISTRIBUITO DA



RINALDI 1957

www.rinaldi1957.it



SOPRA IL CIELO DI HO CHI MINH

I segreti di Mochammad Fadli

DI THEODORA SUTCLIFFE



Mochammad Fadli, mixologist e beverage manager di Capella Entertainment, condivide i segreti della sua nuova casa, Ho Chi Minh City, e un cocktail Black Tears.

Nato e cresciuto a Giacarta, in Indonesia, Fadli si innamorò della vita notturna quando suo fratello e sua sorella lo portarono per la prima volta in bar e club. Da quando ha iniziato la sua formazione oltre venti anni fa, ha lavorato in otto paesi diversi, dal Medio Oriente all'Australia, e

ora si occupa dei drink in tre sedi di Ho Chi Minh City: Chill Skybar, AIR Saigon (ex Air 360 Sky Lounge) e VIGOR – Ristorante Club Saigon.

Quando lo abbiamo raggiunto, Fadli si preparava a riaprire AIR Saigon, poiché il Vietnam iniziava a uscire dal blocco del lock down. Dopo aver trascorso sei settimane a formare il personale su Zoom e a sviluppare un nuovo menù per Chill, Mochammad non vedeva l'ora di ricominciare.

Ad AIR Saigon, che è sia bar che risto-

Simply Squeeze
REAL
 COCKTAIL INGREDIENTS®



- 

Banana Real
Infused with premium Cavendish Bananas from Costa Rica
- 

Crisp Apple Real
Infused with premium pineapples from Costa Rica
- 

Piña Real
Infused with premium pineapples from Costa Rica
- 

Black Cherry Real
Infused with premium Chilean Black Cherries
- 

Blueberry Real
Infused with premium Goldnabe Blueberries from the Pacific Northwest
- 

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

Mango Real
Infused with Alfonso Mangoes from India
- 

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

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

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

Pumpkin Real
Infused with premium pureed Pumpkin and hints of cinnamon, ginger, nutmeg and clove
- 

Agave Real
100% organic Blue Agave Nectar from the Jalisco region of Mexico
- 

Ginger Real
Infused with premium Laiba Ginger puree
- 

Passion Real
Infused with premium Purple Passion Fruit from Vietnam
- 

Kiwi Real
Infused with premium Kiwi from New Zealand
- 

Blackberry Real
Infused with premium Marion Blackberries from Oregon



Flavorful



Mixable



Squeezable

www.realingredients.com

rante, le procedure preventive per l'emergenza sanitaria sono molto rigorose e includono l'acquisizione e la conservazione dei dettagli di contatto di tutti gli ospiti. «Controlliamo la temperatura delle persone quando arrivano, sono presenti gli igienizzanti, l'ascensore è limitato a quattro persone, tra i tavoli c'è una distanza minima di 1,5 metri, la capienza massima tra bar e ristorante è di 50 persone», dice Fadli. «Abbiamo un menù speciale, limitato per assicurare velocità e servizio».

Qual è il miglior posto per bere un rum a HCMC e perché?

Non ci sono molti Rum bar a Ho Chi Minh, la maggior parte si concentra sul whisky. Bam Bam è un chillout bar, quasi un poolbar, dove si bevono drink tropicali preparati con diversi Rum. Infatti, Black Tears è stato lanciato in quel posto. Adoro il Rum e solitamente vado a berlo sempre lì. Rabbit Hole è un altro dei miei bar preferiti, con un'ottima selezione di Rum, anche rum agricole.

Qual è il miglior posto in HCMC per un drink con vista?

Chill è bellissimo. Sia Chill che AIR Saigon hanno una splendida vista sulla città, ideale per vedere i fuochi d'artificio di Capodanno. Chill è situato ai piani 26 e 27, il più in alto di tutti i roof bar della città che comunque godono tutti di un'ottima visuale sulla città. Gli skyview bar sono facili da rintracciare perché sono dotati di riflettori e giochi di luce laser.

Quale cocktail bar non dovremmo assolutamente perdere?

Oltre a Rabbit Hole e Bam Bam, c'è un whisky bar, PK Maltroom, con un'ottima selezione di Whisky. Il bere bene e con moderazione ha contribuito a far conoscere la cocktail culture in Vietnam. Anche Qui è un ottimo cocktail bar, in stile bistrot



per cui si può anche cenare. Ma la scena è in continua crescita e sviluppo.

Dove si ritrovano i bartender quando sono liberi dal servizio?

Adoro andare a Bam Bam ma a volte le persone vanno nei club come ultima destinazione. I club qui sono simili a quelli cinesi, principalmente musica locale, big spender locali, musica asiatica. A Ho Chi Minh City, alla gente piace finire la serata fumando shisha e inalando gas esilarante.

Il migliore posto per street food in HCMC e cosa dovremmo chiedere?

Il mercato di Ben Thanh offre ogni tipo di cibo da strada, oltre ad abiti tradizionali, souvenir, attrazioni turistiche e bevande vietnamite. Si può mangiare un po' ovunque, ogni 200 metri c'è una bancarella. Pho è il mio preferito e mi piace mangiarlo a Bui Vien, nella zona dei backpacker, tra i vicoli pieni di gente.

Dove possiamo prendere un buon caffè?

Bisogna provare il caffè all'uovo da Little Hanoi (Góc Hà Nội) su Bui Vien: è come un cappuccino ma la schiuma è fatta con



uovo. Mi ha portato il mio staff invitandomi a provarlo. È preparato in una tazza piccola, assomiglia a un espresso macchiato ed è delizioso.

Dove possiamo trovare ingredienti tipici in HCMC?

Al mercato di Ben Thanh si trova di tutto, dall'abbigliamento agli ingredienti

LA RICETTA

BLACK TEARS HEAVEN

- 50ml Black Tears Dry Spiced
- 90ml acqua di cocco
- 60ml caffè filtro ghiacciato
- 10ml sciroppo di zucchero
- Top up con Soda

Preparare direttamente in un highball con ghiaccio e guarnire con fiocchi di cocco tostato.

alimentari erbe, spezie e frutta come rambutan, mangostano e mela cannella.

Un noto club di HCMC?

Adesso la maggior parte delle persone va a ENVY, Commas, che è della stessa proprietà di Bam Bam, e Atmos, che ha ballerini volanti, in stile circense. Ci sono sempre nuovi club che aprono a Ho Chi Minh perché la strategia del proprietario è di aprire, quindi dopo un anno o massimo due anni, chiudono, prendono i loro profitti e ne aprono uno nuovo, con un nuovo marchio.

Dicci cosa bisogna assolutamente fare a HCMC.

L'edificio di fronte a Chill ospita il museo World of Heineken. Quando entri, puoi avere una bottiglia di Heineken personalizzata con il tuo nome sull'etichetta. Ci sono gare, giochi, curiosità, l'intera storia di Heineken e dall'ultimo piano si può vedere il panorama.

Cosa ti piace di più di Ho Chi Minh City?

La cultura! I vietnamiti sono persone molto orgogliose e forti, è ciò che li ha aiutati a vincere le guerre contro America e Francia, ma sono anche molto disponibili, con una cultura davvero unica. Voglio vedere altre città e saperne di più sulla loro cultura.

Miscelare con Black Tears – Saigon Style

Dai sapori dominanti di Black Tears – caffè, cacao e pepe aji dulce – Fadli ha scelto di lavorare con il caffè, per evidenziare la tradizione del caffè vietnamita. «Ho Chi Minh City ha un clima tropicale, quindi è bene avere una bevanda rinfrescante che si può bere per ogni occasione», dice. «Ed è facile anche da fare a casa». Il fiocco di cocco in cima aggiunge complessità a una bevanda che rispecchia lo stile secco del Rum cubano.

Theodora Sutcliffe

AMARUM

#essenzialmenteunico

L'amaro made in Puglia



BEVI RESPONSABILMENTE



MUMA GIN

spirazione tutta mediterranea per un contemporary distilled Gin che affonda le radici in Puglia. Presentato sul mercato nel 2020, MuMa Gin è un progetto realizzato da quattro imprenditori pugliesi, accomunati dalla passione e dall'amore per le proprie origini e per la propria terra.



Muma prende vita dall'incontro di due eccellenze del made in Puglia: Frantoio Muraglia e Birrificio Matà. La prima è la realtà imprenditoriale che fa capo a Savino Muraglia, produttore di olio extravergine di oliva ad Andria. Muraglia prosegue la legacy di famiglia che da cinque generazioni si distingue nella produzione di selezionati oli di qualità superiore.

Il Birrificio Matà di Cerignola, fondato dai due fratelli Marinaro, si distingue per la produzione di birre artigianali che strizzano l'occhio alle cugine di stile americano e belga.

La componente rosa del pool dietro MuMa Gin è rappresentata da Stefania Urso, impegnata in marketing e comunicazione del comparto food.

Già culla di altri spirit che si stanno affermando in Italia, la Puglia può vantare adesso anche un Gin. La storia di MuMa Gin si intreccia con la magia di una terra affascinante e che riesce sempre a sorprendere.

La sua etichetta disegnata su otto lati ricorda la pianta ottagonale di Castel del Monte, patrimonio Unesco e simbolo universale della Puglia, alla quale si ispira. L'ottagono è la forma geometrica che rappresenta quella Puglia ideale che unisce territorio e storia, cultura e mistero. Il risultato di queste passione e competenza è stata la creazione di qualcosa che ancora non c'era, nata nell'affollata galassia della Gin craze 2.0.

Muma Gin è il primo spirito italiano che prevede l'uso dell'acqua purificata



del Mar Mediterraneo nella fase di diluizione, componente che già da sola crea aspettativa ed evoca inaspettate sensazioni.

Il corpo botanico è composto da sei elementi sapientemente equilibrati tra loro, selezionati attraverso ricerca e per purezza, estratti con lentezza per esaltare un profilo gustativo basato su una perfetta armonia. La camomilla, dolce e

intensa, esalta la nota floreale dell'ireos (giaggiolo) che fissa il gusto e stabilizza il corpo speziato; la cannella, quasi impercettibile, risulta essere il vero fulcro sul quale poggia la struttura dell'intero corpo botanico; la freschezza che caratterizza i Gin moderni è garantita da arance e limoni scelti tra le cultivar pugliesi; il ginepro rimane un po' in sordina ma testimonia in modo discreto la sua presenza.



Un mix di 6 botaniche, l'acqua del Mar Mediterraneo e un ingrediente segreto, conosciuto solo dai fondatori e gelosamente custodito, sono i protagonisti di questo spirito che si presenta a 41,8° dopo distillazione in discontinuo.

MuMa Gin si presenta limpido e brillante alla vista. All'olfatto arriva completo e deciso con note che ricordano il mare d'inverno, la salsedine fluttuante nel vento, freschezza e sapidità. Non vi è alcun elemento che sovrasta gli altri, il ginepro si impone delicatamente, ma nel complesso si presenta un grande equilibrio che stimola curiosità. Al palato si conferma l'equilibrio con il naso. Morbido e lussuoso, MuMa Gin accarezza la lingua con una nota lievemente dolce, poi prende una rincorsa che si esalta al medio palato dove la struttura botanica esplose con tutta la sua ricchezza. È in questo



ANCIENNE PHARMACIE

QUALITÀ AL SERVIZIO
DELLA CREATIVITÀ

Mixology Selection



B O R N O N T H E R O C K S

Nasce dall'incontro tra lo spirito delle Alpi e la forza di scalarle dello stambecco. Frutto dell'esperienza Plose nella preparazione di bevande di assoluta qualità per darti il mixer che mancava ai tuoi cocktail per diventare inarrivabili.

Solo i migliori ingredienti, senza conservanti, edulcoranti né coloranti. Per una purezza ai massimi livelli del gusto.

PROVA LA SUA GAMMA DI ESEMPLARI PIÙ UNICI CHE RARI: **TONICA INDIAN DRY, TONICA ITALIAN TASTE, GINGER BEER, GINGER ALE, BITTER LEMON E SODA.**



ALPEX

SUPREME TONIC WATER

P U R E I N T H E T A S T E



momento che si rivela una balsamicità inaspettata; note di mela verde, avocado, toni fruttati e floreali con la freschezza degli agrumi a fare da cornice, il ginepro che mai tende a fare il primo della classe ma che di distingue.

Il finale è un po' corto, il ginepro non dona la tipica persistenza ma nel complesso l'abbiamo ritenuto accettabile perché invita subito a un nuovo assaggio, un tratto della personalità del distillato che si rivela virtù. I più esperti noteranno l'evoluzione che tende verso note più calde; uva passa, datteri, marron glacé.

Con queste caratteristiche MuMa Gin si rivela particolarmente versatile in mi-

scelazione. Nel classico G&T consigliamo una tonica piuttosto neutra, con la nota di chinino caratterizzante e pronunciata, possibilmente con una effervescenza sostenuta.

Il packaging è estremamente ricercato, elegante, di rara raffinatezza in ogni dettaglio, dal tappo, finemente decorato, alla grafica dell'etichetta, dalla forma della bottiglia alla qualità del vetro, si ha subito l'idea di un prodotto di prestigio.

MuMa Gin è un progetto ancora in evoluzione, il suo viaggio attraverso i gusti di Puglia deve ancora raggiungere la sua meta definitiva. I raffinati amanti del bere miscelato avranno ancora da scoprire.

LE RICETTE MUMA GIN



SOUTH SEA di Giuseppe Cassatella – Groove – Barletta

INGREDIENTI

- 40 ml Muma Gin
- 25 ml succo di limone
- 15 ml sciroppo salvia e timo
- 5 ml Mandarino Varnelli
- 1 bsp Amaro del Ciclista

Tecnica: build. Glass: old fashioned. Garnish: rametto di timo e rondella di kumquat



MUMA STYLE di Enrico Nicolini – Mine & Yours – Lecce

INGREDIENTI

- 5cl Muma Gin
- 3 cl shrub di mirtillo selvatico
- 2 dash bitter analcolico al cardamomo
- 1,5 cl mix agrumi
- top di acqua tonica agrumata

Tecnica: shake& strain. Glass: tumbler medio. Garnish: pick di mirtilli, twist di limone.



BOTA-MUMA-FIZZ di Gianni Dell'Olio – Botanicals &Co2 – Bisceglie

INGREDIENTI

- 5 cl Muma Gin
- 0,75 cl Genepi Savio
- 1,5 cl marmellata di bergamotto
- 2,5 cl succo limone
- top di soda al tè verde
- pizzico di sale

Tecnica: shake & strain. Glass: tumbler alto. Garnish: peel di pompelmo rosa, rametto di timo limonato.



MUMARTINI di Vito Catucci – Piano-Susci italiano Gioia del Colle (BA)

INGREDIENTI

- 4 cl Muma Gin
- 1 cl Rosolio di Fico d'India Giardini d'Amore
- 1 cl Minutolo (vino bianco) infuso alla china e rabarbaro
- 2 dash bitter alle olive

Tecnica: stir & train. Glass: coppetta. Guarnizione: no.

VERMOUTH

Tomaso Agnini



Grazie alla sua passione Tomaso Agnini seppe mescolare ai Vermouth tipici della degustazione italiana i sapori delle terre emiliane, creando una composizione unica capace di risvegliare emozioni forse passate.

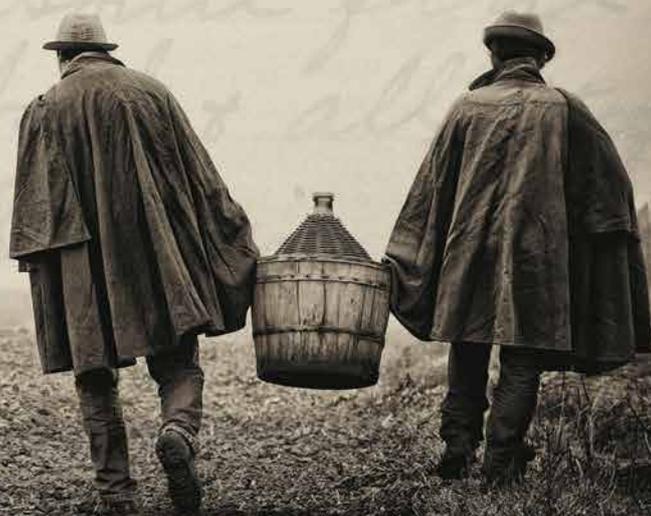
Oggi, dopo oltre cento anni, queste preziose ricette vengono riproposte in una nuova veste.

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.



CINQUANTA RICETTE PREZIOSE

THE COCKTAILS OF THE RITZ PARIS

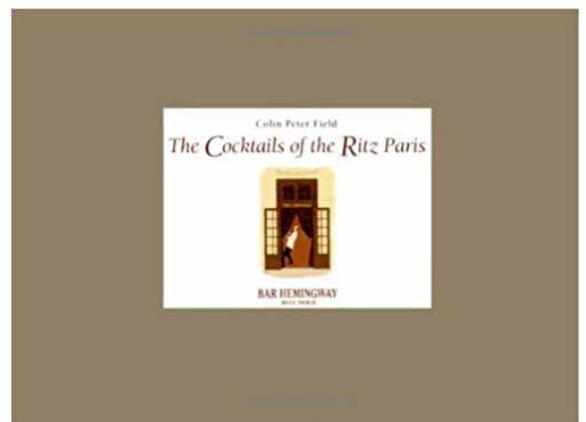
COLIN PETER FIELD – 1ª EDIZIONE – PAGG 141 – ILLUSTRAZIONI DI YOKO UETA – EDIZIONI SIMON & SCHUESTER

Questo mese vi parliamo di un libro che ha già una certa età, fu pubblicato la prima volta nel 2001, non facile da reperire se non a prezzi che sfiorano i 900,00 euro su Amazon. Il perché di questa scelta è nei contenuti che con evidente anticipo il libro presentava e che lo rendono quanto mai attuale.

“The Cocktails of the Ritz Paris”, opera di Colin Peter Field, chef de bar del celeberrimo Hemingway bar del Ritz Hotel. Inaugurato nel 1921 come Cambon Bar, il bar del Ritz è stata la meta preferita di numerosi personaggi importanti, soprattutto di Ernest Hemingway. Il Cambon chiuse nel 1985, per poi essere riaperto da Field nel 1994 dedicandolo al famoso scrittore.

Oggi si discute molto di bere soft e della crescita dei distillati analcolici che permetterebbero la rivisitazione in chiave alcol free. Venti anni fa Colin Peter Field già parlava del Martini cocktail analcolico che preparavano al Ritz (pag.76). Da grande collezionista di cocktail book qual è, l'autore si sofferma sulla storia dei drink che in questo libro assume un valore importante. Come nel caso del Bloody Mary diviso tra il dualismo Petiot/Bertin circa la paternità del drink.

Con 77 drink in 141 pagine, Field divide



il libro in circa 50 ricette che spaziano dalla guarnizione all'abbinamento di cocktail con sigari e la storia a volte confusa di certi cocktail, fino a una sezione sulla “psicologia del cocktail” estremamente interessante. Le ricette che hanno fatto la storia del bar del Ritz Hotel sono descritte con precisione certosina, disquisite in ogni loro aspetto. Tra queste il Sidecar, il Sea Pea, il Corpse Reviver N.2 e altre ancora. Su questi argomenti, ognuno dei quali meriterebbe un libro, Field dimostra una visione sintetica ma straordinaria.

Il libro è molto bello, rilegato in tessuto e corredato dalle illustrazioni della pittrice Yoko Ueta. Con un'estetica semplice e classica, il libro sarebbe perfetto in un bar degli anni '30. Per tutti i veri appassionati di drink classici, un riferimento essenziale.

Alessandro Palanca



MAGGIORE[®]
PRODUZIONI

PRODUZIONI E LAVORAZIONI ITALIANE
DI PRODOTTI PER BARTENDER



BOTTEGA DI CRISTALLO | LINEA CRUSTA | LINEA TIKI HAWAII | LINEA VITTORIANO | TEMATICHE ARTISTICHE

>> **PERSONALIZZAZIONI SU RICHIESTA** <<

www.maggioreproduzioni.it

Assistenza Clienti 0664003336

maggioreproduzioni@gmail.com

TABAR

L'ORIGINALE PREMIUM GIN
DELLA BASSA MODENESE

