

BarTales

ANNO VIII | N. 7 | MARZO 2021

FACE TO FACE
GIOCO AL RIALZO

LIQUID STORY
AFFARI DI FAMIGLIA

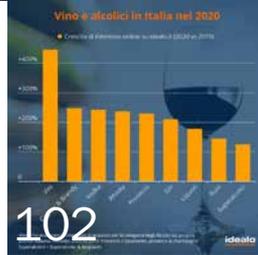
REPORT
IL PREZZO IDEALE



HOT SPIRIT

AGAVE PER
AGUARDIENTE

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
PENSARE POSITIVO
- 8** **News** DAL MONDO
- 12** **Face To Face** di Melania Guida
GIOCO AL RIALZO
- 16** **Cocktail Story** di Luca Rapetti
GIN E VERMOUTH IN PARTI UGUALI
- 30** **Liquid Story** di Alessandro Palanca
BOONEKAMP, L'OLANDESE
- 44** **Zoom/1** di Valentina Rizzi
L'ACCOPIATA VINCENTE
- 54** **Hot Spirit** di Fabio Bacchi
AGAVE PER AGUARDIENTE
- 70** **Report/1** di Vittorio Brambilla
LA GARA DEI RUM
- 78** **Liquid Story/2** di Alessandro Palanca
AFFARI DI FAMIGLIA
- 94** **Zoom/2** di Bastian Contrario
FLORIAN, RESISTI!
- 102** **Report/2** di Fabio Bacchi
IL PREZZO IDEALE
- 106** **Trend** di Theodora Sutcliffe
CAPTURE COPENHAGEN
- 122** **Book Corner**
OLTRE GLI STEREOTIPI



ANNO VIII | N. 7 | MARZO 2021

DIRETTORE RESPONSABILE
Melania Guida
(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE
Fabio Bacchi
(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA
Cinzia Marotta
(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO
**Vittorio Brambilla, 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

AMARO PUGLIESE
NON SOLO UN DIGESTIVO



Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



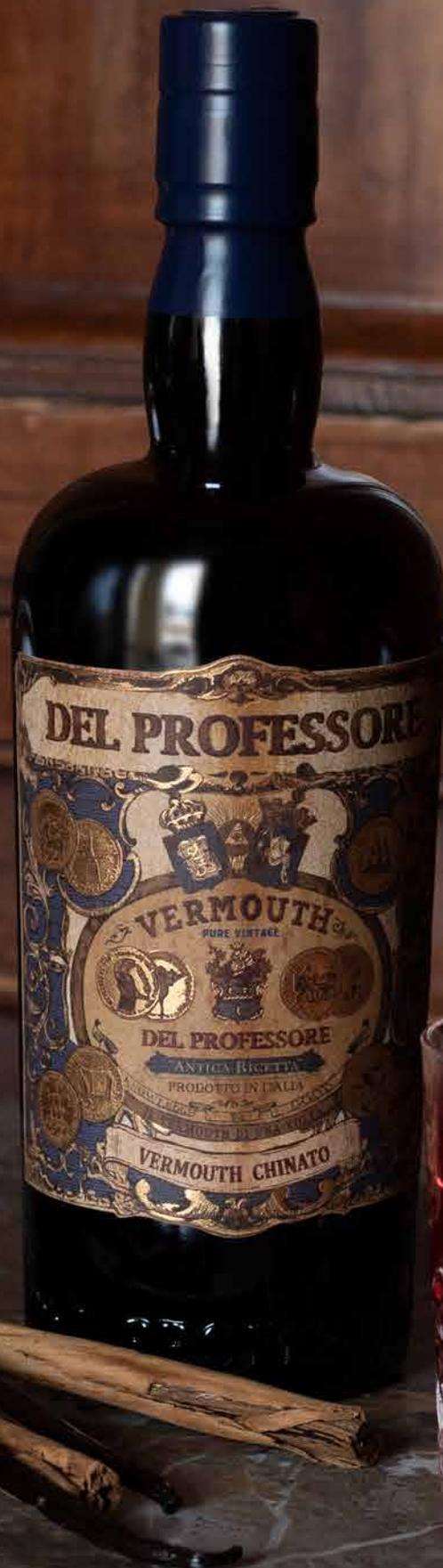
ITALIAN HERITAGE

*Vermouth Chinato
Del Professore*

IMPROVED MI-TO

3 cl Vermouth Chinato Del Professore,
2 cl Bitter Del Professore,
1 cl liquore al rabarbaro.

Versare tutti gli ingredienti
in un bicchiere Old Fashioned
con ghiaccio, mescolare,
decorare con zest d'arancia.



Tradition, terroir, people

delprofessore.it

PENSARE POSITIVO

Quando ho finito l'intervista a Marcello Meregalli, il *face to face* (ma forse dovrei titolarlo *voice to voice* per le ristrettezze imposte dalla pandemia) che leggerete a pag. 12, ho riflettuto a lungo su quell'energia contagiosa che il CEO del gruppo ha dispensato, senza flessione alcuna, lungo i trenta minuti della chiacchierata telefonica. Non che abbia negato una crisi che più dura è difficile immaginare, ovvio, ma il fatto che da questa emergenza si possa uscire solo con un cambio di passo, una visione differente, un salto di "specie", ecco quello che mi ha davvero colpita. Lui che è a capo di un'azienda italiana leader nella distribuzione di vini e spirits, ha prontamente invertito la rotta, puntando sulla qualità e scegliendo di investire sostanzialmente e molto sulla formazione e l'innovazione tecnologica. Non è il solo. Ormai è chiaro che intelligenza artificiale e app stiano trasformando il mondo della ristorazione nella direzione di una maggiore sicurezza a tutela del consumatore. Tra frigoriferi che si auto sanificano, posate sottovuoto e caffè *touchless* (molte sono le startup italiane ad alta innovazione tecnologica) è evidente che la pandemia ha segnato un'accelerazione imponente nel processo evolutivo del settore del *food&beverage*. Come si dice? *À la guerre comme à la guerre*. Questo è il mantra. Oltre il tempo dello sgomento, aldilà della conta dei danni che sono enormi e, sia chiaro, nessuno sottovaluta, c'è il tempo della risposta, magari anche dell'azzardo. Del tirar su le maniche e inventarsi nuove soluzioni. Consapevoli del rischio, ma convinti, ora più che mai, che solo rilanciando, spostando l'asticella un po' più in alto, possiamo davvero venirne fuori. Con l'energia giusta, perfino con qualche entusiasmo. Con quell'ottimismo della volontà, Meregalli docet, che può diventare anche quello della ragione.



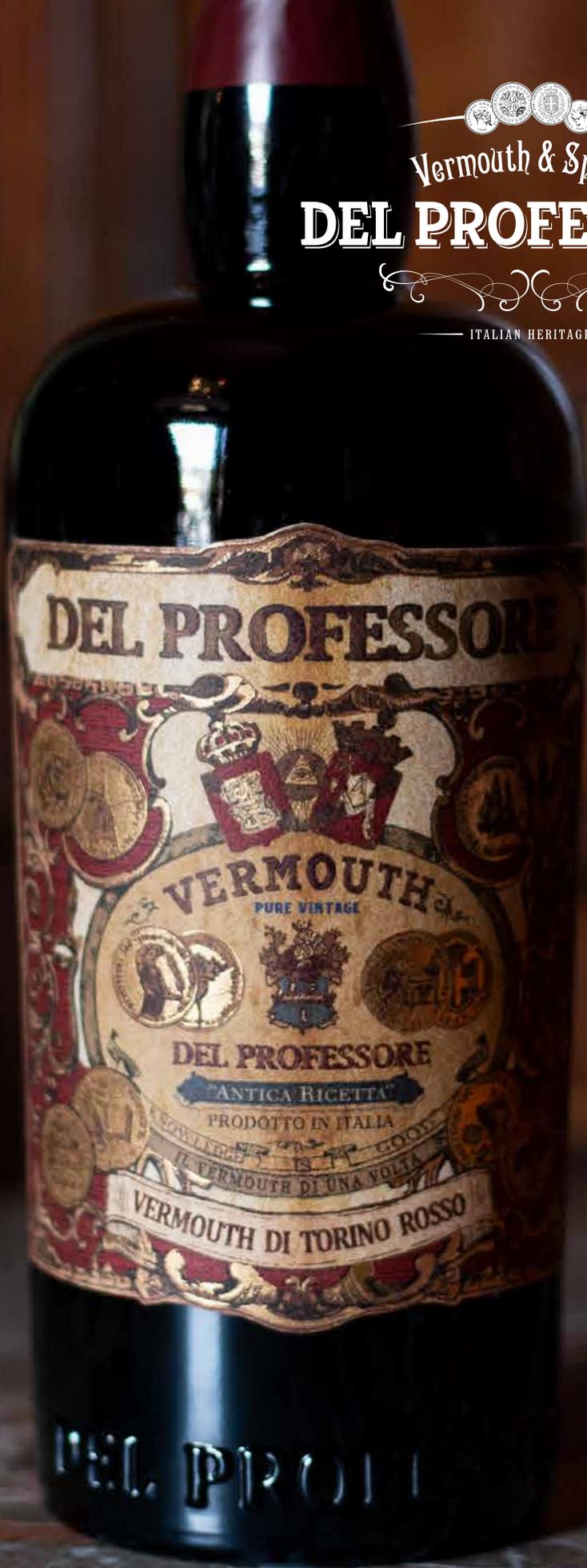


Vermouth & Spirits

DEL PROFESSORE



— ITALIAN HERITAGE —



Tradition, terroir, people

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

BEVI RESPONSABILMENTE

DUE SECOLI LUXARDO

Per celebrare i due secoli di storia, Luxardo S.p.A. ripropone il prodotto più prestigioso della gamma: il Maraschino Perla Dry. Una riserva speciale del celebre Maraschino Luxardo, ma in versione assai invecchiata, di grado alcolico più elevato e molto meno zuccherata, che Luxardo introdusse per la prima volta oltre un secolo fa. Da allora, a cadenza di circa 30 o 40 anni, il Perla Dry è stato prodotto in quantità molto limitate. L'ultima produzione risale agli ormai lontani anni Settanta del secolo scorso. Oggi l'azienda mette nuovamente in commercio il Perla Dry con la dicitura Riserva del Bicentenario, in edizione strettamente limitata: solo 4.999 bottiglie numerate, di cui 1.500 riservate al mercato nazionale.



ELIXIR&ISLAY

Il produttore Elixir Distillers ha ottenuto i permessi per la costruzione di una nuova distilleria di Scotch Whisky scozzese su Islay. Co-fondata da Sukhinder Singh dal gruppo The Whiskey Exchange, Elixir Distillers nasce nel novembre 2018. La costruzione mantiene l'aspetto tradizionale delle altre distillerie della costa meridionale, insieme a soluzioni architettoniche che rispettano il paesaggio del luogo. Il nuovo sito sarà situato fuori dalla città di Port Ellen, includerà un centro visitatori e alloggi. Il nome della distilleria verrà rivelato futuro. L'impianto includerà una quantità di malto in grado di fornire oltre il 50% dell'intera capacità annuale di un milione di litri della distilleria.

COPPIE DI GUSTO

La gamma di sodati Alplex non ha perso tempo a imporsi nel mondo della mixology. Aggudicandosi il premio come miglior prodotto innovazione ai Barawards 2020, il brand da poco arrivato all'attenzione del bartending di alto profilo si caratterizza per l'attenzione al benessere e la versatilità nella preparazione di highball e grandi classici, non ultimo il valore aggiunto del made in Italy. Pochi zuccheri ricchezza di sali minerali, solida e persistente effervescenza, un packaging accattivante, sono le note distintive di un prodotto equilibrato che ha nelle tonic water intriganti compagni dei Gin più blasonati e innovativi, mentre la ginger beer e il bitter lemon, si prestano benissimo alla miscelazione con Vodka e bitter aperitivi.



SENZA PLASTICA

La paper bottle sviluppata dai Research Team di The Coca Cola Company e da The Paper Bottle Company, arriva sul mercato per un test di gradimento che coinvolgerà i consumatori. Un lotto di 2.000 confezioni dell'avveniristica bottiglia di carta verrà testato in Ungheria con il marchio di bevande vegetali AdeZ. Il prototipo è un contenitore di carta rivestito di plastica con tappo, riciclabili al 100% e adatto alla confezione di diversi prodotti. La carta è ottenuta da legno di coltura sostenibile. Il progetto rientra nelle iniziative del programma "World Without Waste" che tende a promuovere solo l'uso di materiali riciclabili al 100%.



CAFÈ RACER

Con questo termine nostalgico si indicavano le moto modificate di coloro che non potendo permettersi di correre in pista, si sfidavano sulle strade correndo da

bar a bar. Questo movimento di appassionati motociclisti nato in Gran Bretagna negli anni '60 originò uno stile di vita che oggi ha ispirato la creazione di un Gin. Cafè Racer Gin con la sua identitaria

e non casuale nota di caffè, fuori dagli schemi, dal colore scuro, richiama il motociclismo anche nell'etichetta che riporta una tipica moto in stile.



QUELLA NOTA IN PIÙ

Uno studio condotto dalla Oregon State University e dalla Waterford Distillery (il "The Whisky Terroir Project") ha concluso che il concetto di terroir impatta anche sul Whisky. Lo studio del team internazionale di accademici provenienti da Stati Uniti, Scozia, Grecia, Belgio e Irlanda, è stato pubblicato sulla rivista scientifica Foods. Utilizzando protocolli di maltazione e distillazione standardizzati, sono stati preservati sapori distinti associati agli ambienti di prova e osservato variazioni di anno in anno, indicando che il terroir contribuisce in modo significativo al sapore del Whisky. Lo studio ha analizzato due varietà di orzo, Olympus e Laureate, coltivate in due fattorie irlandesi con ambienti diversi nel 2017 e nel 2018. Secondo i ricercatori i risultati ottenuti migliorano la conoscenza dei composti aromatici chiave nel Whisky.

1890



GAMONDI



*Vermouth
dell'anno 2020*



PAOLO SANNA

ISPIRAZIONE GAMONDI

LORD ROY

Ingredienti

40 ml Gamondi Vermouth di Torino Superiore Rosso
40 ml Berry Bros Whisky Single Malt Sherry Cask
Gocce di Amaro Toccasana
Zest di limone

Tecnica: stir & strain

Decorazione: marasca Luxardo

Bicchiere: coppetta cocktail

Note: Un buon vermouth rosso con un ottimo amaricante che prolunga il sapore della bevuta e rimane impresso al palato. Questo drink si ispira all'evergreen preferito di Paolo Sanna, il Rob Roy. I sapori delicatamente dolci, fruttati e leggermente speziati del Whisky si fondono con le note vinose e leggermente amaricanti di Gamondi Vermouth di Torino Superiore Rosso. Le poche gocce di amaro prolungano il gusto di questo drink che al palato arriva subito fresco e strutturato per poi evolversi in una continua complessità.



Paolo Sanna, classe 1976, romano con origini sarde è il nome da conoscere per gli amanti della cocktail culture che decidono di fare un bar tour nella città eterna. Non si può dire di conoscere la bar scene romana se non si entra almeno una volta al Banana Republic, storico cocktail bar e ristorante di Roma in attività dal 1993 e del quale è socio e bar manager. Se si dovesse immaginare un percorso "da gavetta di una volta" quello di Paolo Sanna è esemplare: Paolo ha iniziato da aiutante generico sino diventare uno dei soci proprietari insieme alla famiglia fondatrice. Se quello che è stato uno dei primi pub della capitale è divenuto un cult cocktail bar, il merito è indubbiamente di Paolo, della sua visione imprenditoriale sempre in anticipo sui tempi e della sua creatività. Molto attento alla bar industry nazionale, la cocktail strategy di Paolo, "In Perfetto Stile italiano", è un'antologia di drink classici reinventati con prodotti esclusivamente italiani, ma non solo. "In Perfetto Stile Italiano" è divenuto un format di successo che ha portato illustri nomi del bartending italiano a esibirsi per una sera dietro il bancone del Banana Republic che nell'immaginario collettivo è ormai idealmente il banco bar d'Italia; il lunedì del Banana "In Perfetto Stile Italiano" è così subito divenuto il "place where to meet" per gli addetti al settore e per gli amanti del buon bere. Ma Paolo è il tipico "una ne pensa e cento ne fa" e nel 2014 fu subito "Head to Head Bartender Competition", la prima competizione itinerante d'Italia, dedicata ai bartender under 30, ideata insieme a due suoi compagni di avventura. Le peculiarità di Paolo sono sorriso e ospitalità, la parola a cui idealmente tiene di più, quella che conoscono gli amici è "oste", la prima storica figura dell'ospitalità made in Italy.

GIOCO AL RIALZO

Dal vino cinese alla scommessa sulla qualità. Contro la crisi, Meregalli punta su innovazione e bartending

DI MELANIA GUIDA

Se la difficoltà aguzza l'ingegno, Meregalli, azienda che mantiene saldo il primato di leader nella distribuzione di vino e spirit, mette in campo tutte le risorse capitalizzate nel giro di cinque generazioni per raccogliere il guanto della sfida. Il vino cinese, per esempio. Solo un anno fa sembrava un azzardo e adesso invece «ci stanno chiedendo se vogliamo fare da hub», racconta con nonchalance Marcello Meregalli, CEO del gruppo che dal 1856, con più di 1.500 referenze tra Spirit, Wine e Champagne del panorama enologico mondiale, distribuisce eccellenze in lungo e in largo.

Dalla quattrocentesca sede (oggi quartier generale insieme ai poli logistici di Lissone e Biassono), che poggia sulle

vecchie fondamenta di quello che fu il Convento della Monaca di Monza e dove al primo piano di un edificio mirabilmente ristrutturato, nella sala Pinacoteca, trova posto la più grande biblioteca enogastronomica privata italiana insieme a una grande collezione di dipinti, opere d'arte e mobili d'epoca.

«Il vino cinese, all'inizio sembrava una cosa curiosa, in piena emergenza Covid, diciamo pure una scommessa. Con il primato italiano del vino, poi? Eppure, sarà che da sempre siamo stati aperti a nuovi orizzonti, che la Cina è un'importante regione di produzione, ci abbiamo creduto e nel giro di poco le bottiglie del "dragone" hanno cominciato a farsi largo. Un successo. Del resto, quello cinese è veramente



FAMIGLIA
QUI SOPRA
MARCELLO
MERIGALLI
CON IL PADRE
GIUSEPPE.
IN BASSO UNA
FOTO DI
MARCELLO.
(CREDIT
AGENZIA
FOTOGRAFICA
GOBLIN).

un mercato in grandissima espansione».

Referenze di pregio, come le etichette di Chateau Chanyu Moser XV, Cabernet e Sauvignon, allocate tra pregiate casse di legno e grandi vini, ben posizionate nel segmento fine wine e destinate a una clientela raffinata, internazionale.

Nonostante il momento critico per i mercati internazionali, nonostante la crisi dell'ho.re.ca.? «Hanno ammazzato il settore della ristorazione, è indubbio. La nostra è stata un'operazione ambiziosa ma anche in linea con una filosofia che dal 1969, grazie a mio padre Giuseppe, realizza le prime importazioni di vini stranieri e che da quel momento propone al mercato i migliori vini delle regioni più rappresentative del mondo. Poi c'è da dire che in





questo periodo terribile, se la ristorazione è a terra e nessuno pianifica, è cresciuta invece la fascia degli appassionati. Sia del food che del wine. Il consumo casalingo, per intenderci. Ovviamente siamo speranzosi. Tra la campagna vaccinale e l'inizio della bella stagione, ci aspettiamo lo scatto necessario a far ripartire il tutto. Mi guardo in giro e avverto che la gente ha voglia di normalità, di vivere appieno, con gioia. Sono convinto che appena ci sarà la ripartenza assisteremo a un vero e proprio boom dei consumi».

Spostiamoci sul bar. Qual è la strategia Meregalli per intercettare il bartending 2.0? «Fare tantissima formazione. Online, fondamentalmente. Di recente abbiamo aperto, sulla rete, uno shop ho.re.ca. che, primo in Italia, va molto bene ed è destinato ai professionisti del settore. Abbiamo anche approfittato del lockdown per rifare la vecchia cantina mentre all'ammezzato abbiamo sistemato la scuola di bartending. La mission? Scegliere di puntare

prevalentemente sull'innovazione tecnologica».

Come lo vede il futuro? «Per la ripresa dei consumi del super-notturno, le discoteche per esempio, ci vorrà tempo. Per il resto, punterei senza dubbio sulla qualità. D'altra parte, complici la pandemia e lo stare a casa molto più tempo, sono cresciuti sia la cultura che l'approfondimento online, soprattutto per quanto riguarda i giovani».

Prodotti nuovi? «Un Negroni e un Americano già pronti, pre-miscelati. Riservati ai ristoranti. Che diventeranno sempre più anche cocktail-bar. Le faccio un esempio. C'è un cliente che ha un ristorante sushi di rilievo con una sezione dedicata al bar che sta diventando sempre più importante. Penso sia quello il modello futuro».

Un po' sulla tipologia anglo-americana, il bar e il ristorante insieme? «Esattamente. Ovviamente, e facendo i debiti scongiuri, lo spero».

Melania Guida

DOPPIO INVECCHIAMENTO IN BOTTE

Un gusto sublime
e delicato



BEVI RESPONSABILMENTE

Ron
ABUELO
PANAMA

ISPIRA GENERAZIONI DAL 1908

Distribuito da www.onestigroup.com

GIN E VERMOUTH, IN PARTI UGUALI

Un classico senza tempo. Semplice, elegantissimo con la cipollina

DI LUCA RAPETTI

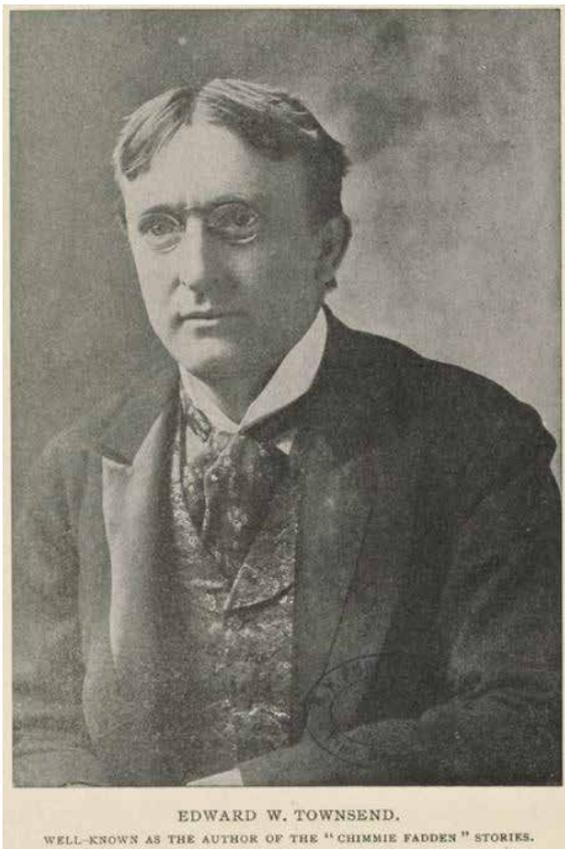
New York, San Francisco, Yokohama, Parigi sono solo alcune delle tappe del viaggio storico che bisogna intraprendere quando si vuole meglio comprendere la genesi di “classico” che ancora oggi suscita interesse per il suo intrigante profilo aromatico.

Nel 1896, il quotidiano californiano “The San Francisco Examiner” pubblicò un articolo intitolato “The Gibson Cocktail”, scritto da Edward W. Townsend (1855-1942), autore americano di novelle e racconti, tra cui il celebre “Chimmie Fadden”. In questo articolo si attribuiva la pater-

nità del Gibson Cocktail a William Curtis Gibson, direttore responsabile di “Puck”, un magazine incentrato prevalentemente su satira politica e humor, pubblicato in inglese e anche in tedesco a partire dal 1878 sino al 1918. Leggendo l’articolo di Townsend si trova una breve spiegazione della ricetta di questo cocktail, composto da parti uguali di Gin e Vermouth, senza specificare alcuna decorazione. Probabilmente questa fu una delle prime menzioni su carta stampata di Gibson Cocktail del quale Townsend ne avrebbe parlato nuovamente solo due anni dopo. Infatti nel 1898 sul quotidiano newyorkese “The World” Townsend sfruttò uno dei personaggi dei suoi racconti, “Major Max”, per supportare la crescente popolarità del Gibson Cocktail.

Major Max elencava la composizione della ricetta, a base di Gin e Vermouth in ugual misura, specificando “dry” per quest’ultimo, e continuava successivamente affermando che, poiché questo cocktail non aveva ancora ricevuto la dovuta attenzione e prestigio, “aveva deciso di dedicare il resto della sua vita a quel





piacevole compito". Townsend venne a conoscenza di questo nuovo cocktail quando si unì insieme a William Curtis Gibson e ad altri importanti personaggi del mondo dell'editoria, tra cui il poeta Henry Bunner e lo scrittore Jim Ford, nella formazione del Cloister Member Club a New York. In quel periodo Townsend, che risiedeva a San Francisco, era già membro attivo del Bohemian Club, fondato nel 1872 nella metropoli californiana da scrittori, artisti, avvocati, attori e giornalisti, tutti personaggi influenti della società locale. È interessante notare che tra questi vi erano anche giornalisti che scrivevano proprio per il "The San Francisco Examiner", precedentemente menzionato per la prima citazione del Gibson.

Il termine "Bohemian" fu scelto in relazione al profilo urbano e culturale bohemien che il club si prefiggeva di elevare, in contrapposizione a quelli di livello inferiore

and realizing the inevitableness of sin in some degree, I feel that he does wisely who minimizes any sin, hence I drink and talk about the Gibson cocktail. It is the invention of my friend, Mr. William Curtis Gibson, the managing editor of "Puck." As we observe to be the case in all epoch-making inventions, its greatness lies in its simplicity. It is composed solely of one part gin and one part vermouth. Now that you have had it explained does it not seem that it should have been discovered long ago? Yet it remained for my friend Gibson, after many painstaking years of investigation, to discover that these ingredients compose the perfect cocktail. Will you try one? Is it not convincing?

MAJOR MAX PHILOSOPHIZES.

A Recent Society Function Discussed by the Major and His Wife.

"Major," said Mrs. Max, wrinkling her brow until the setter whined softly in sympathy, "Major, what is a Colonial Holland, and why does it have coronations?"

The Major was profoundly engaged in cutting the nest of seeds and pith from his half of agrapo fruit, but he looked up with much apparent interest and replied: "Colonial Holland is a very superior article of gin, my dear, which, if mixed with an equal part of dry vermouth and properly chilled, makes a Gibson cocktail. Now you observe I put this spoonful of maraschino in the pit I have quarried in this grape fruit, and"—

"But the Gibson cocktail is not crowned, is it?" interrupted Mrs. Max.

delle fasce più bisognose della società, e raggrupparne i membri più rappresentativi. I fondatori scelsero un gufo come simbolo del club, ancora oggi utilizzato, e si riunivano regolarmente per socializzare, bere e godere delle performance teatrali e musicali presentate. Si potrebbe quindi teorizzare che Townsend scoprì il Gibson Cocktail a New York e ne portò la conoscenza al Bohemian Club di San Franci-

STORIA

IN ALTO A SINISTRA EDWARD W. TOWNSEND. QUI SOPRA THE SAN FRANCISCO EXAMINER, 1896. QUI ACCANTO THE WORLD, 1898.

GIBSON COCKTAIL.

A LA CHARLES DANA GIBSON, BOHEMIAN CLUB, SAN FRANCISCO.

Equal parts of French Vermouth and Coates Plymouth gin, thoroughly chilled, is called a Gibson Cocktail. No decorations, bitters or citron fruit rind permissible in this famous appetizer.

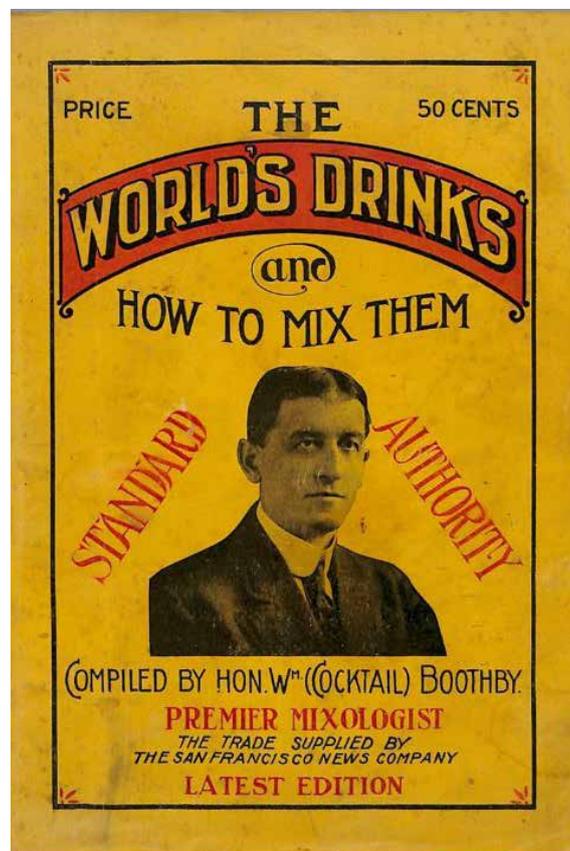
GIBSON COCKTAIL.

46

A LA MARTIN RAGGETT.

Into a small mixing-glass place some cracked ice, half a jigger of French vermouth and half a jigger of dry English gin; stir thoroughly until cold, strain into a cocktail glass and serve.

NOTE.—No bitters should ever be used in making this drink, but an olive is sometimes added.



STORIA

IN ALTO THE WORLD'S DRINKS AND HOW TO MIX THEM, RICETTA DI CHARLES DANA GIBSON, 1908. SOTTO, A SINISTRA THE WORLD'S DRINKS AND HOW TO MIX THEM, RICETTA DI RAGGETT. A DESTRA, 1908 THE WORLD'S DRINKS AND HOW TO MIX THEM COPERTINA, 1908. QUI SOPRA IL BOHEMIAN CLUB LOGO.

sco da cui poi si sarebbe diffuso in città.

Quello che è certo è che nel 1908 William Boothby, di base a San Francisco, pubblicò il suo manuale "The World's Drinks and How To Mix Them", in cui inserì ben due ricette di Gibson Cocktail. La prima, ricetta n° 46, si componeva di parti uguali di Gin (English Dry) e French Vermouth, sottolineando che non bisognava assolutamente impiegare alcun bitter in questo drink, ma «a volte un'oliva poteva essere aggiunta».

Questa ricetta era attribuita a tale Martin Raggett, del quale si conosce ben poco, se non che nacque nel 1871 e nel 1910 risultava lavorare come bartender in un saloon di San Francisco. Grazie a un

articolo del "The San Francisco Call" del 1912 si può sapere inoltre che Raggett era co-proprietario, insieme al fratello James, di una roadhouse localizzata in Fell e Stanyan Streets chiamata Tom's Cabin.

La seconda ricetta del libro di Boothby fu invece inserita nella parte finale del manuale, in una sezione dedicata a quei "cocktail che erano sopravvissuti al criticismo del pubblico capriccioso". La ricetta era "Gibson Cocktail a la Charles Dana Gibson, Bohemian Club, San Francisco" e comprendeva parti uguali di French Vermouth e Plymouth Gin, specificando che non necessitava di decorazione, bitter di alcun tipo o buccia di agrume e definendolo un "famoso aperitivo".

TOKINOKA

IL PROFUMO DEL TEMPO

刻の香



CIHUATÁN

• RON DE EL SALVADOR •



PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

www.pellegrinispa.net - www.roncihuatan.com

 CihuatanRumDE -  roncihuatan -  Pellegrini Spa -  pellegrinispa1904

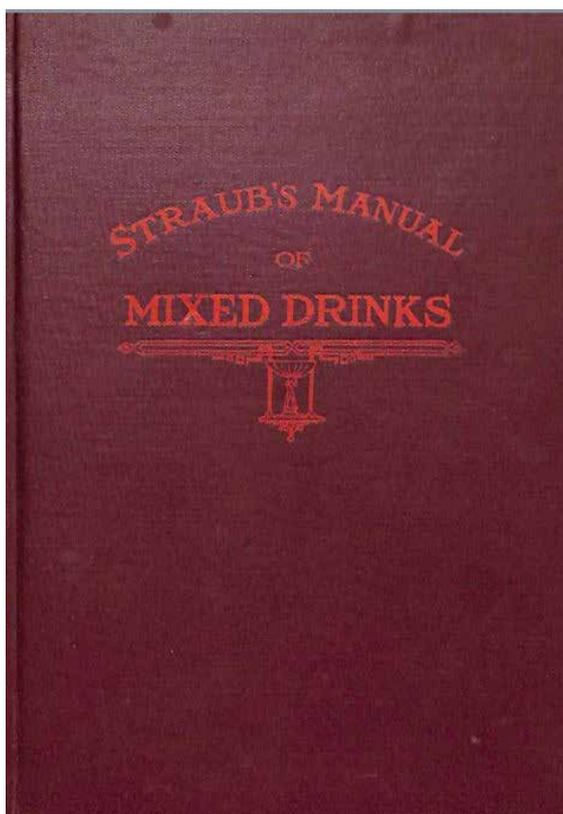
BEVI RESPONSABILMENTE



Gibson cocktails originated in San Francisco. On a visit to our city, Charles Dana Gibson was guest at the Bohemian Club.

Extremely particular about his drink, and the proportions to be used, he directed the bar-keeper just how to mix it. Many of his friends so enjoyed it that later they would ask for the cocktails Mr. Gibson liked.

Eventually it was called by his name. Today over the entire country, as well as in many foreign ones, Gibsons are well-known and ordered.



STORIA
 IN ALTO A SINISTRA THE SAN FRANCISCO CALL, 1910. IN BASSO, THE SAN FRANCISCO EXAMINER, 1955. QUI SOPRA CHARLES DANA GIBSON.

Charles Dana Gibson (1867-1944) fu un artista e illustratore americano che, attraverso i suoi particolari e raffinati disegni, fu in grado di definire la società americana di quel periodo compreso tra il 1890 e i primi anni del XX secolo. Divenne celebre soprattutto per quelle che vennero poi definite “Gibson Girl”, ovvero illustrazioni di comuni donne del tempo che trasmettevano una certa eleganza e femminilità, termine poi divenuto parte del lessico comune. Riguardo la teoria secondo cui Charles Dana Gibson fu il

creatore dell’omonimo cocktail, lo stesso “The San Francisco Examiner” nel 1955 raccontò che Gibson fu ospite presso il Bohemian Club durante una visita in città. Poiché Gibson era molto esigente circa le sue preferenze di drink, diede precise istruzioni al bartender su come preparare il cocktail che piacque molto a tutti i presenti. Così da quel momento il cocktail fu battezzato con il nome dell’artista.

Un’altra teoria, forse quella più famosa circa la paternità di Gibson, lo vede collegato a Charlie Connelly, il quale, secondo

Gibson. However, we stand by our guns because we know the man who made the first Gibson, Charlie Connolly, long-time head bartender at New York's celebrated theatrical club, The Players. Charlie retired a couple of years ago but, on several occasions, he assured us that it was the creator of the Gibson Girl who also created the Gibson cocktail.

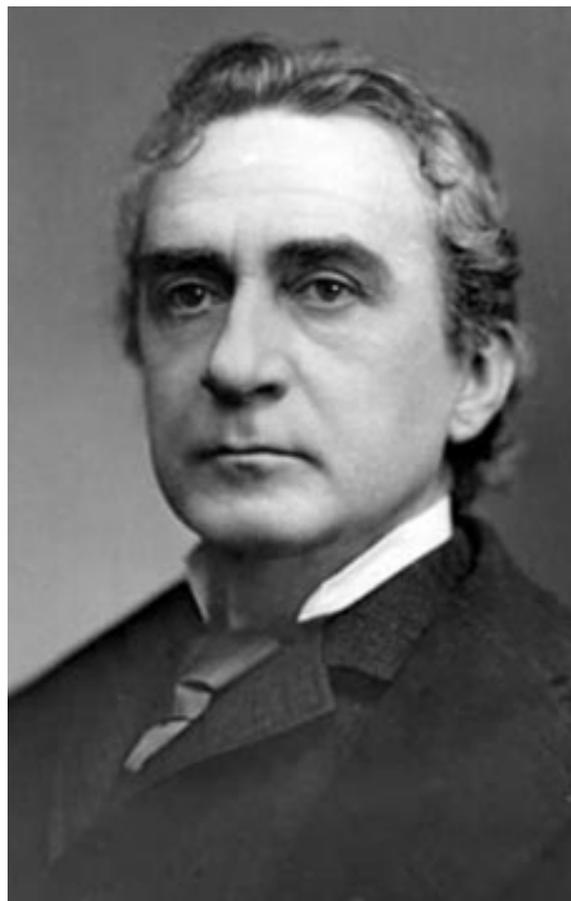
STORIA

QUI SOPRA
THE FRESNO
BEE THE
REPUBLICAN,
1969.
A DESTRA,
EDWIN BOOTH.
QUI ACCANTO
GIBSON GIRL.



quanto riportato dal giornale "The Fresno Bee The Republican" nel 1969, fu per lungo tempo head bartender del The Players, un celebre club di New York fondato nel 1888 da Edwin Booth, uno dei più rinomati attori americani di fine '800, insieme ad altri personaggi pubblici. Come citato nell'articolo in questione, Connelly, che andò in pensione nel 1967, in molteplici occasioni aveva affermato che l'inventore del Gibson Cocktail era lo stesso creatore della Gibson Girl.

Nel primo decennio del XX secolo, dopo il libro di Boothby, altri ricettari di cocktail riportavano il Gibson Cocktail nelle proprie selezioni, come quello di Jacques



Straub del 1913, presentando la stessa ricetta in parti uguali di Gin e Vermouth dry ma senza alcuna decorazione.

Bisogna invece soffermarsi su quello che scrisse il bartender di origini belga Robert Vermeire nel suo "Cocktails How To Mix Them" del 1922: «Il Gibson Cocktail è ben conosciuto in Giappone, principalmente a Yokohama. È un Martini Cocktail con all'interno una piccola cipolla bianca». Seppur la ricetta non sia espressamente riportata, l'importanza di questa descrizione di Vermeire è che essa fu una delle prime a citare l'utilizzo di una cipollina, decorazione che in tempi odierni è il marchio distintivo del Gibson. Inoltre fornì l'informazione della popolarità del drink in Giappone, specificando proprio Yokohama.

Sorge quasi spontanea un'affascinante teoria che potrebbe dare credito di tale

EMPORIA GIN

A BASE DI GINEPRO FENICIO, ERBE MEDITERRANEE
E ACQUA DEL MAR TIRRENO CALABRESE.



Bevi responsabilmente. CaffoStudio



Il mito dei fenici, popolo di abili condottieri e commercianti, rivive nel gusto delicato di un Gin pregiato, ottenuto distillando rare bacche di Ginepro Fenicio, infuse in finissimo alcole neutro ottenuto al 100% da grano. Una miscela segreta, in cui l'esperienza dei Mastri distillatori, si mescola all'acqua del Mar Tirreno e agli aromi delle principali botanicals tipiche del Mediterraneo e agli agrumi della Calabria, generando, attraverso un processo di doppia distillazione, un sapore unico e raro, dal retrogusto storico. Perfetto sia in forma pura che miscelato nei cocktail, EMPORIA GIN è la nuova essenza alcolica prodotta dalla Distilleria Caffo, creata per ammalare i palati più raffinati ed esigenti.



emporiagin.it

Vecchio Amaro del Capo[®]

RED HOT EDITION

GUSTALO
GHIACCIATO A
-20°



Spritz Calabro

6 cl Amaro del Capo Red Hot Edition
1 cl succo di lime
5 cl Acqua tonica "Miracle 1638"
5 cl Prosecco DOC brut "Mangilli"
Ghiaccio, una scorza di limone,
un peperoncino.

amarodelcapo.com

Walter C. Gibson, Said To Be Inventor Of Gibson Cocktail

WEST STOCKBRIDGE — Walter C. Gibson, 63, a partner in the firm of Hentz & Co., 72 Wall St., member of the New York Stock Exchange, died Monday at the Knickerbocker Club, 2 East 62nd St., New York City, where he made his home. He also had a country home on West Center Road here.

Although it might be challenged elsewhere, it was widely believed within the Hentz organization that Mr. Gibson was the originator of the Gibson cocktail. He was said to have explained to the bartender at the Ritz Hotel in Paris that he liked his dry martini with a pickled onion in it. The bartender promptly christened the drink a "Gibson."

diffusione a Louis Eppinger, famoso bartender originario di San Francisco che si trasferì per lavoro presso il Grand Hotel di Yokohama nel 1889 diventandone poi general manager. Siccome Eppinger rientrò nella sua città natale nel 1902 per una vacanza, è possibile che in quell'occasione scoprì il cocktail riportando poi la ricetta in Giappone, per proporla ai clienti del Grand Hotel.

Un'altra indicazione della crescente popolarità del Gibson Cocktail in Giappone fu la presenza della sua ricetta nel manuale "Odell's Book of Cocktails and Fancy Drinks". Questa volta composta da Gin e Italian Vermouth invece che French, risultando quindi più abboccato e morbido. Nel libro del Waldorf Astoria di New York, compilato da Albert Stevens Crockett nel 1931, si ritrovavano due ri-

Gibson Cocktail.

The Gibson Cocktail is well known in Japan, principally in Yokohama. It is a Martini Cocktail with a tiny white onion in it.

No. 97. Gibson Cocktail

½ Dry Gin, ½ Italian Vermouth.

ギブソン カクテル

ドライ ジン

イタリアン ベルモット

二分ノ一
同

GIBSON

Took its name from Billie Gibson, well known sportsman and promoter of fights.

One-half French Vermouth
One-half Dry Tom Gin
Stir; strain; squeeze Lemon Peel
on top

GIBSON No. 2 One-third French Vermouth
Two-thirds Plymouth Gin
Frappé
Orange Peel on top

cette differenti di Gibson Cocktail, una delle quali attribuita al famoso sportivo e organizzatore di incontri Billie Gibson, contenente twist di limone come decorazione, mentre la seconda ricetta conteneva una quantità maggiore di Gin e prevedeva twist di arancia.

Il viaggio storico di questo cocktail giunse poi a Parigi verso la fine degli anni '20 e gli inizi degli anni '30, dove i protagonisti furono Walter C. Gibson e il Ritz Hotel della capitale. Secondo quanto scritto dal "The Berkshire Eagle" nel 1964, a partire dal 1928 Walter Gibson fu in forze presso gli uffici parigini della Hentz & Co, una società di brokerage fondata nel 1856. In occasione di una sua visita al prestigioso hotel, Gibson chiese al bartender che preferiva il suo Martini Cocktail con una cipollina sottaceto. Il cocktail venne

RICETTE

NELLA
COLONNA DI
SINISTRA, THE
BERKSHIRE
EAGLE, 1964.
NELLA
COLONNA DI
DESTRA
DALL'ALTO,
COCKTAILS
HOW TO MIX
THEM DI
VERMEIRE,
1933 ODELL'S
BOOK OF
COCKTAILS,
1922,
OLD WALDORF
ASTORIA BAR
BOOK, 1931.

GIBSON

In mixing-glass: one-fourth Italian Vermouth, three-fourths Gin; stir well and serve with small white Onion.

Controversy About Birth Of Martini, But--

San Francisco, Home Of

SAN FRANCISCO — Among the savants of booze, there is no little controversy about where and how the martini was foaled.

Some claim it was invented in a bar in Montgomery Street to warm the heart of a gent on his way to Martinez. Others say it was actually concocted in Martinez. There are other versions. Most of these tales ring a bit hollow.

My own theory is perhaps unduly simplistic. I think it was named after the vermouth that was mixed with the gin — Martini and Rossi.

BUT THERE is no doubt at all about where and how the martini's sibling, the gibson was born.

The story was told me recently by Al Gibson, manager of the Crocker-Citizens Bank in Tiburon.

The man who invented the gibson was his great-uncle, Walter D. K. Gibson, who was born on Union and Jones Streets. He became vice president of the Oceanic Steamship Company, serving the Spreckles and Matson families.



invented in the Bohemian Club, and incorrectly attributes to Charles Dana Gibson, the famous illustrator and inventor of the Gibson Girl.

"EQUAL PARTS of French vermouth and Coates Plymouth Gin, thoroughly chilled, is called a Gibson Cocktail. No decorations, bitters or citron fruit rind permissible in this famous appetizer."

The martini cocktail in this little book goes as follows: "Into a mixing glass of cracked ice place two dashes of orange bitters, half a jiggerful of Old Tom gin and half a jigger of Cinzano Italian vermouth. Stir thoroughly, strain into a stem cocktail glass and serve."

Gibson Cocktail (*Serie Craddock*).

Agitare nel shaker con ghiaccio:

50% Vermouth secco

50% Gin

2 spruzzi Angostura.

Servite con buccia limone.

Gibson Cocktail (*Serie Duval 1907*).

Agitare nel shaker con ghiaccio:

40% Vermouth secco

20% Peach Brandy

40% Ginepro

2 spruzzi Orange bitter.

Servite con buccia limone.

Gibson Cocktail (*Serie Torelli*).

Agitare nel shaker con ghiaccio:

5% Scioppo bianco

35% Dry gin

60% Vermouth secco

2 spruzzi Angostura.

Servite con buccia limone.

RICETTE

IN ALTO A SINISTRA, THE ARTISTRY OF MIXING DRINKS, 1936. QUI SOPRA THE ORLANDO SENTINEL, 1969. NELLA COLONNA DI DESTRA MILLE MISTURE, 1936.

così chiamato in suo onore. Non è dato confermare o meno la veridicità di questa teoria poiché non vi furono altre informazioni circa la correlazione del cocktail e tale Walter Gibson, tuttavia, a distanza di pochi anni dai fatti citati nell'articolo, l'head bartender del Ritz di Parigi Frank Meier incluse il Gibson cocktail, decorato con una cipollina bianca, nel suo libro del 1936 "The Artistry of Mixing Drinks".

In quello stesso anno Elvezio Grassi presentava ben tre ricette di Gibson Cocktail nel libro "Mille Misture", nessuna delle quali indicante l'uso della cipollina e comunque tutte e tre composte da diversi bilanciamenti di ingredienti. Ciò rende

idea della presenza di numerose varianti dello stesso cocktail in quel periodo, ma anche di quanto fosse ormai popolare anche in Europa.

L'ultima teoria, una delle più accreditate ancora oggi, termina il percorso storico del Gibson nuovamente a San Francisco, città definita "home of the Gibson Cocktail" in un articolo del "The Orlando Sentinel" del 1969, e ancora al Bohemian Club. Il racconto giungeva dalle parole di Al Gibson, manager della Crocker Citizens Bank di Tiburon, cittadina californiana, e si riferiva al suo pro zio, Walter D. K. Gibson, nato a San Francisco e vice presidente della Oceanic Steamship Com-

Simply Squeeze
REAL
 COCKTAIL INGREDIENTS®



- | | | | | | | | | | | | | | | | |
|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Banana Real
<i>Infused with premium Covenish Bananas from Costa Rica</i> | Crisp Apple Real
<i>Infused with premium pineapples from Costa Rica</i> | Piña Real
<i>Infused with premium pineapples from Costa Rica</i> | Black Cherry Real
<i>Infused with premium Chilean Black Cherries</i> | Blueberry Real
<i>Infused with premium Goldrusbe Blueberries from the Pacific Northwest</i> | Peach Real
<i>Infused with Elegant, Summer & Rich Lady Peaches</i> | Mango Real
<i>Infused with Alfonso Mangos from India</i> | Raspberry Real
<i>Infused with Willamette and Glen Clove Raspberries from the Pacific Northwest</i> | Coco Real
<i>Contains real coconut meat from hand-picked tropical Coconuts</i> | Strawberry Real
<i>Infused with hand-picked Camrosa, Ventana and Albion Strawberries from California</i> | Pumpkin Real
<i>Infused with premium pureed Pumpkin and hints of cinnamon, ginger, nutmeg and clove</i> | Agave Real
<i>100% organic Blue Agave Nectar from the Jalisco region of Mexico</i> | Ginger Real
<i>Infused with premium Lairds Ginger puree</i> | Passion Real
<i>Infused with premium Purple Passion Fruit from Vietnam</i> | Kiwi Real
<i>Infused with premium Kiwi from New Zealand</i> | Blackberry Real
<i>Infused with premium Marion Blackberries from Oregon</i> |

 **Flavorful**

 **Mixable**

 **Squeezable**

www.realingredients.com



PALLINI

dal 1875



BEVI RESPONSABILMENTE

BUT THERE is no doubt at all about where and how the martini's sibling, the gibson was born.

The story was told me recently by Al Gibson, manager of the Crocker-Citizens Bank in Tiburon.

The man who invented the gibson was his great-uncle, Walter D. K. Gibson, who was born on Union and Jones Streets. He became vice president of the Oceanic Steamship Company, serving the Spreckles and Matson families.

HE WAS A member of the Bohemian Club. About 1890, he became a bit miffed about the way the barman mixed a martini. He shook it instead of stirring it.

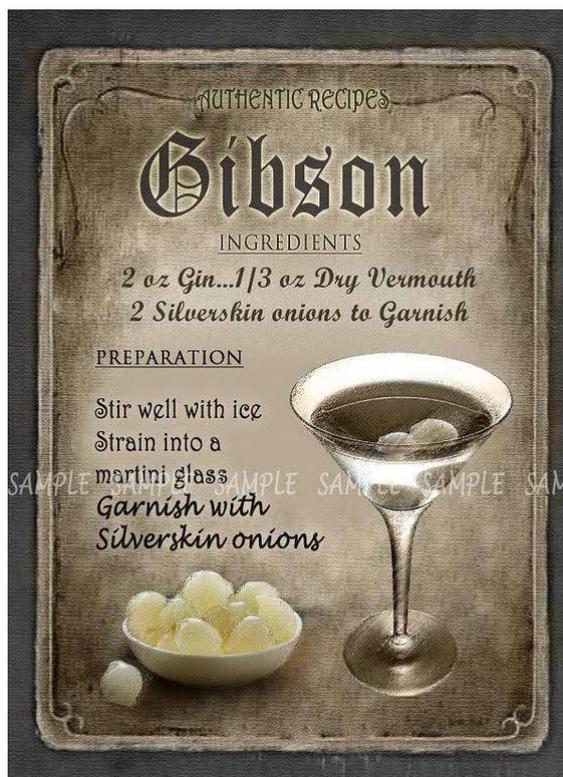
"Don't bruise the gin," said Mr. Gibson, with feeling.

Gibson's original formula was gin and vermouth chilled and stirred together, with an orange peel floating atop.

A bartender's guide of the period gives the following formula for the gibson, which it correctly says was

pany, compagnia di navigazione fondata nel 1881. Gibson era un membro del Bohemian Club e intorno al 1890, come si legge nell'articolo, aveva sviluppato il suo gusto personale per il Martini Cocktail che preferiva decisamente mescolato, a differenza del bartender del club che era solito prepararlo shakerato. La ricetta di Gibson prevedeva Gin e Vermouth raffreddati e mescolati insieme, con una scorza di arancia in superficie. A seguire si affermava poi che un manuale di bartender del periodo riportava la corretta ricetta del cocktail e la sua origine al Bohemian Club, ma era erroneamente attribuito a Charles Dana Gibson. È lecito supporre che il libro in questione fosse quello di Boothby.

Negli anni successivi la cipollina bianca all'interno del cocktail divenne il marchio distintivo del Gibson Cocktail, e anche la



GIBSON

IN ALTO A SINISTRA, THE ORLANDO SENTINEL WALTER DK GIBSON, 1969. QUI SOPRA THE WEAKER SEX CHARLES DANA GIBSON, 1903. QUI A SINISTRA UNA RICETTA DEL GIBSON COCKTAIL.

sua ricetta si affermò con una versione più secca, con Gin impiegato in maggiore quantità rispetto al Vermouth dry.

Come si è potuto apprezzare attraverso l'analisi di tutte le possibili teorie circa la sua origine, il Gibson ha subito una notevole evoluzione nel tempo. Non è dato sapere con certezza assoluta chi sia stato il creatore, tuttavia è comunque affascinante mantenerne un certo alone di mistero e continuare a stimarlo come un classico senza tempo, che ancora oggi viene apprezzato dal pubblico internazionale.

Luca Rapetti



BOONEKAMP, L'OLANDESE

Nuovo vigore all'amarissimo
che ha fatto storia

DI ALESSANDRO PALANCA

Leidschendam è una ridente cittadina olandese nel sud del paese dei tulipani. Salì alla ribalta delle cronache quando nel 2007 divenne sede del Tribunale speciale per il Libano istituito dall'ONU.

Il centro storico è particolarmente interessante perché nella casa più antica di Leidschendam ebbe vita uno degli amari

più iconici di sempre. I documenti storici della città indicano che questo edificio all'inizio del 1600 era di proprietà di un tale Arent van Oosten.

Da un successivo atto di vendita del 1718, risulta chiaro che in questo edificio si commerciavano vino, birra, tabacco e alcune bevande alcoliche. Nel 1747 l'edificio si trova in capo a Jacob van Pelt, un



ORIGINI
 QUI SOPRA
 BOTTIGLIA UR
 BOONEKAMP.
 A SINISTRA
 UNA FOTO
 STORICA DI
 LEIDSCHENDAM
 VOORBURG (IL
 GROSSITA
 PETRUS ERA
 ALLA ESTREMA
 SINISTRA
 DELLA FOTO).
 QUI ACCANTO
 NAVI DELLA
 COMPAGNIA
 OLANDESE
 DELLE INDIE
 ORIENTALI.



artigiano che la usava per la produzione di vele navali.

Dopo la morte del celibe Jacob van Pelt, gli eredi vendettero l'intera proprietà a tale Pieter Boonekamp, un nome che

sarebbe divenuto cult nella spirit industry, in particolare per gli amari.

In questa casa, che in effetti era stata ricavata accorpendo due singole costruzioni, Pieter Boonekamp allestì un



IMPERO

IN ALTO UNA
CARTINA
DELL'IMPERO
COLONIALE
OLANDESE, IN
VERDE I
TERRORI
DELLA
COMPAGNIA
OCCIDENTALE,
IN GIALLO
QUELLI DELLA
COMPAGNIA
ORIENTALE.
IN BASSO
ALCUNI VISUAL
DEL BRAND.

magazzino, un giardino, un opificio per la produzione di liquori e vendita. Da quel momento l'attività sarebbe passata di padre in figlio.

Infatti dall'atto dell'archivio notarile del notaio Jacobus Theodorus van Rhijn del 23 aprile 1828, risulta che Petrus Boonekamp, figlio di Pieter Boonekamp, a sua volta commerciante all'ingrosso di liquori, trasferisce la proprietà a suo figlio Theodorus Boonenkamp. Secondo le fonti storiche della città di Leidschendam, l'amaro Petrus fu prodotto per la prima volta nel 1777 da Petrus Boonekamp, dal quale avrebbe poi preso il nome definitivamente.

A quel tempo l'Olanda era uno dei crocevia internazionali dei trasporti commer-

ciali marittimi. Il liquore era costituito da una infusione in acquavite di diverse erbe e spezie che arrivavano da tutto il mondo, grazie alla celebre Compagnia Olandese delle Indie Orientali che commerciava via mare con i lontani paesi esotici.

Le navi olandesi che nel '600 costituivano la più potente flotta europea importavano erbe e spezie allora praticamente sconosciute agli europei. Erbe medicamentose, dai penetranti profumi e dalle antiche virtù, spezie da sempre usate per preparare infusi e benefiche tisane.

Tra le piante utilizzate per la produzione dell'amaro, che non conteneva zucchero, vi erano l'*Alpinia officinarum* (galanga), l'*Aloe socrotina*, l'*Angelica archangelica* e il *Coriandrum sativum*. Come tutti i liquori



**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



SINGLE ESTATE GIN, LONDON DRY.



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

DISTRIBUITO DA



RINALDI 1957

www.rinaldi1957.it



BRAND
 IN QUESTA
 PAGINA LE
 IMITAZIONI
 USA DEL
 BRAND.

del tempo era consigliato l'uso stomatico e curativo (magenbitter) e ben presto il liquore si diffuse in tutta Europa con grande successo.

Il termine Boonekamp identificò una vera e propria categoria di amari prodotti negli Usa e che si ispiravano al celebre prodotto olandese.

Tra le botaniche più distintive vi è la galanga (*Alpinia Officinarum*). Questa è un'erba perenne originaria della Cina e dell'India. Le parti della pianta usate sono i rizomi che vengono estratti dal suolo in autunno, lavati ed essiccati. Molto usata in farmacia come eupeptico aromatico e carminativo, il suo odore è gradevole e il suo sapore è amaro-piccante.

Nel 1968 l'intera proprietà di Leidschendam fu venduta a Cor-

nelis Hilgersom, ponendo così fine alla distilleria di liquori dopo 175 anni. Il brand fu venduto e la produzione trasferita.

Nella sua evoluzione l'amaro Petrus è stato declinato in diverse tipologie. Alcune di queste, già rare al tempo non sono più prodotte. Il classico Petrus BK rispecchia la ricetta originale e ha un grado ABV 45%.

Petrus alla menta prodotto sino alla metà degli anni '80, era ottenuto aggiungendo un infuso di foglie di menta alla ricetta base.

Petrus Gold era costituito dalla ricetta base alla quale veniva tolta l'*Alpinia officinarum*, il tappo della bottiglia era dorato.

Nel 1989 venne presentata una limited edition della quale si dice fossero prodotte solo po-



IL MODO DI VIVERE DELL'UOMO FORTE

Nel 1777 molti bevevano già Petrus: in tutto il mondo, come oggi.

Nei vecchi archivi della Casa Madre olandese sono rimasti documenti, bollette di spedizione, che dimostrano come i barili di Petrus raggiungevano tutti i continenti. Così come da tutti i continenti provengono le erbe preziose che ancora oggi - la ricetta è rimasta immutata da allora - danno a Petrus le sue inconfondibili caratteristiche.

Ancora oggi il consumo di Petrus - lo stesso Petrus del 1777 - è in aumento in tutto il mondo, proprio per la sua efficace formula, apprezzata da chi ha un gusto raffinato e maturo, perché il ritmo della vita moderna non permette cali di efficienza, cali di forma.

Dove c'è un uomo c'è Petrus, l'amarissimo che fa bene, sempre.

l'amarissimo Petrus

il digestivo per l'uomo dal gusto forte

Boonekamp Petrus
l'amaro per l'uomo forte

CHIAMATELO PER NOME * Spiegare al barista che volete un amaro dall'aroma deciso, dal sapore schietto, sigillato all'origine in una bottiglietta speciale che rende immutabile nel tempo l'azione benefica delle sostanze naturali. Oppure chiedete un Petrus: con una parola avrete ciò che volete.

La vita è troppo breve per bere amari.

Bevi amarissimo!

BEVI RESPONSABILMENTE

IMMAGINE
IN QUESTA PAGINA ALCUNE DELLE PUBBLICITÀ DEL BRAND.

che centinaia di bottiglie. In verità era una esperimento pilota.

Petrus V.D.Bortul Light era una versione dell'amaro alla quale veniva aggiunta una miscela di erbe selvatiche della Carnia, un piccolo eldorado friulano delle

erbe. Ma la vera particolarità di questa versione era il basso grado alcolico che registrava appena 10°.

La più leggendaria e introvabile versione di Petrus è sicuramente Paladin nella cui ricetta rientravano ingredienti rimasti segreti.

La Germania è sempre stato uno dei mercati più importanti per l'amaro Petrus. Per tanti anni in questo paese è stato commercializzato con il nome di Ur-Boonekamp (o URKAMP) soprattutto in Germania, nella classica bottiglia e in mignon da 2 cl.

Il packaging di amaro Petrus è stato particolarmente ricercato. Sulla tradizionale etichetta nera della bottiglia, bianco/verde per Petrus Menta, è riprodotta graficamente la firma "Petrus BK", in memoria dell'ideatore della ricetta. Nella parte centrale dell'etichetta risalta un cartiglio rosso che riproduce un marchio in ceramica su cui spiccano l'effigie del Boonekamp e l'anno 1777. Nella parte inferiore si legge una frase latina "OCCIDIT QUI NON SERVAT", ossia "muore (o va in rovina) chi non

STARLINO ROSÉ



STARLINO ROYALE
1 Parte Starlino Rosé
2 Parti Prosecco
Splash di succo di pompelmo
Ciliegie al maraschino
Hotel Starlino

SELEZIONE DI HOTEL DAL 1906
STARLINO™
ROSE
APERITIVO



SELEZIONE DI HOTEL DAL 1906

STARLINO™



*This St. Patrick's Day,
swap your Pot of
Gold for a
Copper Pot*

WRITERS' TEARS
COPPER POT
IRISH WHISKEY
TRIPLE DISTILLED
PRODUCT OF IRELAND

BEVI RESPONSABILMENTE



DISTRIBUITO DA GHILARDI SELEZIONI

dopo mangiato

Petrus Boonekamp

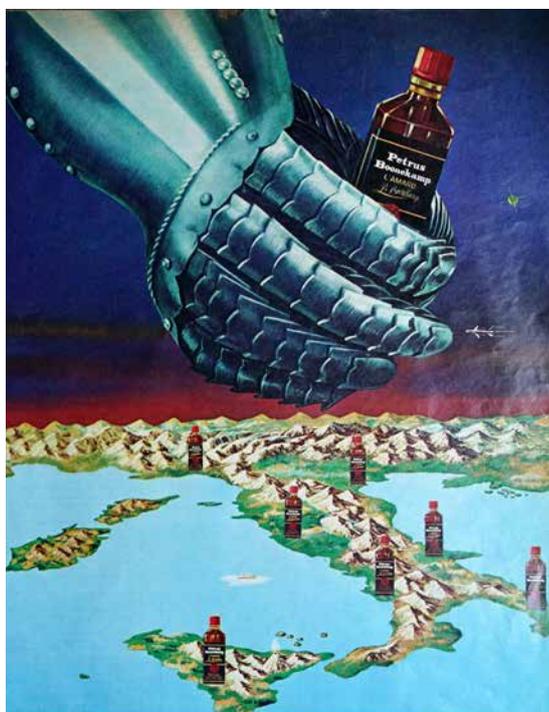
l'amarissimo

che fa

benissimo

Anche dopo mangiato, quando gli altri sono meno brillanti ed energici, l'uomo forte è sempre se stesso. Petrus l'amarissimo gli dà la forza del benessere.

Petrus l'amarissimo nasce dalla lavorazione naturale di erbe rare provenienti da tutto il mondo: il suo sapore è schietto, il suo aroma deciso, il suo effetto benefico. Ovunque Petrus l'amarissimo.



Petrus Boonekamp

L'UOMO FORTE. L'UOMO ATTIVO, non può permettersi nessun calo di rendimento, né sul lavoro né durante il poco tempo libero per gli svaghi. L'amaro Petrus Boonekamp gli permette di conservarsi sempre efficiente, sempre in forma. **GIORNALMENTE PETRUS BOONEKAMP: AVRETE SEMPRE LA "BOCCA BUONA".** IN VENDITA SOLAMENTE IN BOTTIGLIETTE SIGILLATE DA UNA CONSUMAZIONE LA BOTTIGLIETTA SIGILLATA GARANTISCE: la massima igiene e l'assoluta impossibilità di contraffazione.

l'amaro per l'uomo forte



dopo mangiato

Petrus Boonekamp

l'amarissimo

che fa

benissimo

Anche dopo mangiato, quando gli altri sono meno brillanti ed energici, l'uomo forte è sempre se stesso. Petrus l'amarissimo gli dà la forza del benessere.

Petrus l'amarissimo nasce dalla lavorazione naturale di erbe rare provenienti da tutto il mondo: il suo sapore è schietto, il suo aroma deciso, il suo effetto benefico. Ovunque Petrus l'amarissimo.



(lo serve”.

Nella sua storia amaro Petrus ha riscosso molto successo anche in Italia dove fu inizialmente commercializzato dalla Gio. Buton che, entrata in possesso di questa antica e preziosa ricetta, grazie anche a penetranti campagne pubblicitarie, ricavò un prodotto destinato a un rapido successo commerciale.

Negli anni 70/80 andava in onda uno spot televisivo. Sulle note di una ouverture di Ludwig Van Beethoven, la campagna “Petrus e sbam!” che riproduceva pugno guantato di armatura che sbatte sul tavolo e quindi “l'amaro per l'uomo forte” poi divenuto “l'amarissimo che fa benissimo”. Successivamente fu ripreso il concetto di “uomo forte” associato a personaggi storici quali Magellano e Carlo Magno per coniugarlo a Petrus in spot di animazione. Era l'epoca del celebre Carosello e Petrus entrò nelle case di tutti gli italiani.

Gli spot di Petrus erano curatissimi e

BEVI RESPONSABILMENTE - WWW.AMAROSANTONI.COM



SANTONI

DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA PER L'ITALIA DA
VELIER



PRODUTTORI
QUI SOPRA
GIUSEPPE E
SEBASTIANO
CAFFO.

uno di questi fu premiato con il Leone di Bronzo al Festival Internazionale della Pubblicità di Cannes. Grazie alla pubblicità, a una apprezzata ricetta e alla sua efficace rete distributiva, Buton rese Petrus un prodotto di successo nel mercato degli “amarissimi”.

Nel canale ho.re.ca la quota di penetrazione ponderata aveva raggiunto quasi il 90% e nel giro di qualche mese entrò anche nella grande distribuzione. La concorrenza era agguerrita e formata da brand già affermati quali Fernet Branca e Unicum.

Colore mogano intenso e luminoso, Petrus presenta al naso molteplici aromi erbacei e floreali, con sentori riconducibili alla rosa appassita, alla ciliegia sotto spirito e alla fava di cacao. Il gusto è decisamente amaro, equilibrato e morbido, in un contesto di grande struttura ed equilibrio

che lo rendono piacevolmente persistente. Chiude su ritorni amari di genziana e rabarbaro, con un lieve sprint di zenzero (45°). Il suo consumo è ottimo come dopo pasto e in miscelazione.

Commercialmente il brand Petrus ha orbitato in grandi gruppi della spirit industry, Buton, Cinzano, già in Diageo e nel 2020 è stato acquistato dal calabrese Gruppo Caffo 1915 che si appresta a ridare nuovo vigore a questo storico brand, con particolare attenzione ai mercati esteri più interessanti come Olanda, Belgio, Lussemburgo, Germania e nord Europa in generale, da sempre attenti consumatori di questa tipologia di amari. Oggi, all’ingresso dell’antica casa che fu l’abitazione del famoso liquorista, campeggia l’insegna dell’azienda Wed. A.P. Boonekamp N.V.

Alessandro Palanca

RICETTE PETRUS



PETRÚ TORNA INDIETRO di Giuseppe Stellatelli – Cobbler-Barletta

INGREDIENTI

- 35 ml Petrus
- 10 ml Family 2016
- 22.5 ml succo di lime
- 40 ml infuso mediterraneo (zenzero, arancia e basilico)
- 1 tbs miele d arancio
- 1 drop tintura sale & pepe

Tecnica: shake & strain. Glass: Old Fashioned. Garnish: orange zest e foglia di basilico



PRINCE PETRUS di Diego Cesarato – La Gineria – Santa Maria di Sala (VE)

INREDIENTI

- 50 ml Old Tom Gin
- 10 ml Petrus
- 10 ml Tawny Port 10 year old
- 5 ml sciroppo di zucchero
- 10 ml succo di pompelmo rosa
- 3 dash orange bitter

Tecnica: stir & strain. Glass: coppetta Garnish: orange zest



UPTHERE IN NETHERLANDS di Vittorio Farci – Work Up Academy&Training Lab – Cagliari

INGREDIENTI

- 30ml Petrus
- 30ml Costadoro Bio Respecto Espresso
- 5ml Knob Creek Straight Rye Small Batch Whiskey
- 5ml simple syrup
- 3 drops DropLets Tonka Bitter

Tecnica: shake & strain. Glass: Rock-Gobbler Wormwood. Garnish: menta



OCCIDIT QUI NON SERVAT di Beatrice Marri – Caffè Chieli – Sansepolcro (AR)

INGREDIENTI

- 60ml di Petrus
- 35ml oleo saccharum di arancia
- 30ml succo di arancia
- gocce di albume d'uovo
- top di ginger ale

Tecnica: shaker. Glass: tumbler alto. Garnish: arancia disidratata e alloro

Rum Malecon

THE RISING INTENSITY

FEEL YOURSELF
CHOOSE YOUR WAY



BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

Producto original de Panamá.

 @rummalecon



L'ACCOPPIATA VINCENTE

Krug e il food-pairing Oltre le convenzioni, la ricerca del menu perfetto

DI VALENTINA RIZZI

Nella storia degli Champagne, tante sono le maison, grandi e piccole, che si sono distinte per qualità, eccellenza e innovazione. C'è chi negli ultimi anni ha voluto puntare sulla modernizzazione del prodotto rilanciando con nuove cuvée e chi invece, come la maison Krug, ha voluto mantenere la sua tradizione applicandola a tendenze del momento come il food-pairing. Questo è un tema centrale di

molte rassegne stampa, critiche enogastronomiche o semplicemente il motivo che ci spinge a provare un menu degustazione al ristorante.

Da sempre all'altezza della sua reputazione, come prima e tuttora unica casa de Champagne a creare "Champagne de Prestige", Krug ha seguito l'onda. Arnaud Lallement, Krug lover dal primo sorso, chef e proprietario de l'Assiette Champenoise, insieme a Eric Lebel Chef de





Caves di Krug, propongono un'iniziativa davvero singolare. Arnaud crea i menu della maison Krug abbinati ai suoi Champagne, la cui ricchezza e pienezza di aromi e sapori accompagna magnificamente un pasto dall'inizio alla fine. Ogni anno viene scelto un solo ingrediente attorno al quale creare l'esperienza, l'armonia e l'abbinamento quasi perfetto.

Per Arnaud e Eric tutto inizia dal terroir al quale entrambi sono profondamente legati. Da oltre due decenni Eric passeggia per le vigne dello Champagne, osservando il carattere esclusivo dei vari appezzamenti e le uve che vi crescono. Arnaud rispetta la terra e si adatta a ciò che essa gli dona.

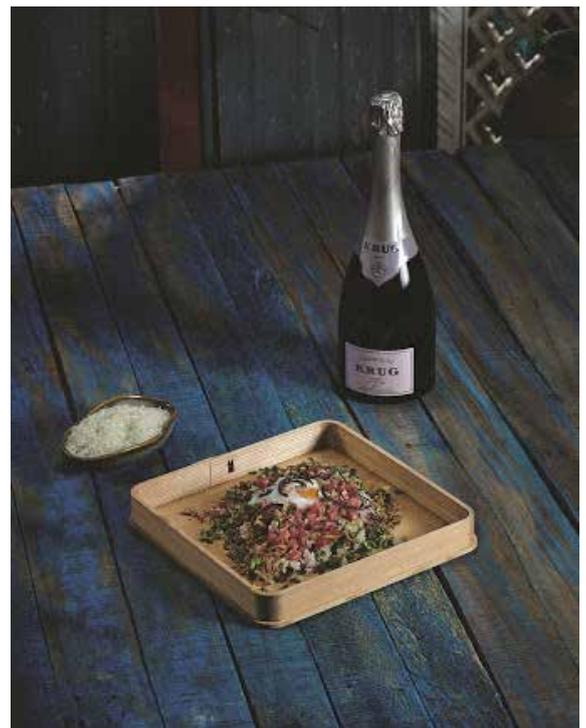
A febbraio del 2018 nasce Champagne x Fish. La maison vuole dare la giusta importanza ai doni del mare, celebrando il pesce come ingrediente base, versatile in ogni sua forma, proprio come



la Grande Cuvée di Krug, assemblata da oltre 120 vini provenienti da tutti gli appezzamenti della regione Champagne.

Un gruppo di chef della Krug Ambassadors intraprende un'insolita avventura al largo delle coste di Maiorca. La sfida consiste nel farsi ispirare dall'unico ingrediente a disposizione, cercando di liberare sensazioni non comuni all'interno dei nuovi piatti. Passione, determinazione e rigore creativo richiamano le stesse

STORIA
 IN APERTURA
 UNA FOTO
 DELLA CANTINA
 KRUG.
 QUI SOPRA IL
 DIARIO DI
 JOSEPH KRUG.
 IN ALTO LA
 MAISON KRUG.



qualità del fondatore della Maison, Joseph Krug, un anticonformista con una filosofia che non ammetteva compromessi quando si trattava di produrre ogni anno lo Champagne migliore, indipendentemente dalle variazioni climatiche del periodo.

Tornati dalla pesca gli abili chef si misero subito al lavoro. Ognuno di loro creò un piatto che si sarebbe armonizzato con gli aromi e con i sentori di Krug Grande Cuvée o Krug Rosé, ma con tecniche e ispirazioni diverse tra di loro. Alla fine

della giornata due tra i lavori più antichi del mondo mostravano il loro aspetto comune: creare una grande cuvée è come creare un grande piatto.

Nel 2019 la Maison onora di nuovo il proprio savoir faire e invita altri 13 Chef Krug Ambassade a interpretare un solo umile ingrediente, e immaginare deliziosi



Scopri il progetto.



Bevi responsabilmente.





CIARLATANI, DI PROFESSIONE.

Snake Oil è un
amaro artigianale
ottenuto per infusione
e distillazione
di erbe, spezie
e cortecce.

Liberamente ispirato
ai miracolosi
e fraudolenti rimedi
venduti dai ciarlatani
del 1700.

Da bere liscio,
con ghiaccio, miscelato.



BEVI RESPONSABILMENTE





ed eleganti abbinamenti con i suoi preferiti: Krug Rosè o Krug Grande Cuvèè. Ogni anno il comitato di degustazione si riunisce per creare una nuova Edition. Vengono provati circa 250 vini dell'ultima vendemmia insieme ai 150 vini di riserva, provenienti da 14 annate diverse, e si registrano più di 4.000 note di degustazione.

Torniamo all'ingrediente del 2019, eterogeneo ed enigmatico, ancorato sia alla terra che alla storia si presenta in una miriade di forme e varietà, coltivato in più di 50.000 specie. Vi viene in mente qualcosa? Ve lo sveliamo noi, è il peperone di Oxaca! Tutte le 50.000 specie sono discendenti diretti dall'originaria cultivar messicana. Credendo nella Maison e in ciò che rappresenta, ognuno di questi Chef ha interpretato in modo unico il peperone. La loro ispirazione? Direttamente dalle rispettive culture. Un viaggio indimenticabile proprio come il sogno di



Joseph Krug, fondatore della maison nel 1843, che voleva offrire ogni anno la migliore espressione dello Champagne e crearne in ogni modo possibile, uno che non esisteva ancora.

Ogni anno trascorso, il legame tra la maison e gli Chef Krug Ambassade si fa più prezioso. Così, il viaggio iniziato sarà



PERSONAGGI

IN ALTO KRUG
AMBASSADE
CHEF PER
PEPPER.
QUI SOPRA
JULIE CAVIL,
ACCANTO,
CHEF ARNAUD
LALLEMENT.

sempre più audace, ammirevole ed entusiasmante. Julie Cavil, nuovo Chef de Caves ed Eric Lebel, vice direttore ed ex Chef de Caves della Maison Krug decidono di accompagnare 11 Chef Krug Ambassadors provenienti da 9 diversi paesi, in un viaggio davvero inaspettato: l'India, con l'umile cipolla, ingrediente comunque immancabile in tutte le cucine del mondo. La cipolla è versatile, umile e tenace. L'ingrediente perfetto per iniziare il 2021, perché la vera maestria germoglia dalla semplicità e dalla connessione con il territorio. Un viaggio esotico all'in-

segna dei sapori, speziati forti, indimenticabili, ma anche un viaggio all'interno di una cultura che sa rendere omaggio e sa creare, da pochi ingredienti, piatti gustosi e freschi. Per gli chef trovare così "tanto" in un posto dove c'è così "poco" è stata un'esperienza unica, una vera sorpresa.

Nel corso della sua storia, Krug ha unito persone per far vivere loro momenti indimenticabili. Ovunque si condivide uno Champagne Krug, emergono le sensazioni di appartenenza e connessione. C'è sempre una passione contagiosa

KEGLEVICH VODKA DRY

STORIA, ORIGINE E INGREDIENTI

Un mix che suggella una qualità premium

La paternità della vodka è oggetto di contesa tra Polonia e Russia da sempre. Entrambe le nazioni ne reclamano la paternità con ardore ma sembra essere la Polonia a spuntarla grazie ad una testimonianza risalente al 1405 nella cittadina polacca di Sandomierz, nel voivodato della Santacroce. Si tratta di un documento nel quale compare per la prima volta in forma scritta la parola vodka che in polacco vuol dire "acquetta", come metafora di una bevanda caratterizzata da un aspetto trasparente e limpido, proprio come l'acqua. La Polonia è dunque il paese che più di tutti ha conoscenza, abilità ed esperienza nella produzione del distillato più amato e utilizzato al mondo.

Tra le vodke che hanno contribuito maggiormente a creare la storia della vodka che conosciamo oggi c'è **Keglevich: nasce nel lontano 1882** quando il conte Stephan Keglevich inizia a produrla seguendo una ricetta di propria invenzione. Dopo più di un secolo viene ancora prodotta nel rispetto dalla ricetta originale che ha fatto di **Keglevich la vodka N°1 in Italia**. L'aquila, emblema della casata del Conte, è ancora oggi il simbolo distintivo di Keglevich.

La materia prima accuratamente selezionata è l'inizio del viaggio di Keglevich: una miscela di **100% puro grano a chicchi integri composta al 60% da frumento e al 40% da triticale, un cereale molto resistente al freddo che nasce dalla selezione e combinazione di segale e grano duro**. Il grano è reso unico grazie alle particolarità del terreno che si trova in prossimità delle coste del Mar Baltico. Il processo produttivo prevede **6 cicli di distillazione** a garanzia di un liquido estremamente puro. Il risultato è quello di una vodka dall'aspetto cristallino e dal gusto deciso ma leggero e quindi altamente digeribile.

Infine il paese che dà i natali a Keglevich è **la Polonia** dove risiede il principale impianto produttivo del gruppo Stock che vanta oltre 130 anni di esperienza nella produzione di alcolici di alta qualità grazie ai continui progressi in campo tecnologico. Keglevich ottima da bere liscia è perfetta in miscelazione perchè discreta e mai invadente. Queste le carte vincenti di un prodotto di qualità che supera sé stesso ed esprime una personalità senza schemi.



T.V.bio SMOOTHIE

LA TUA MERENDA
BUONA, SANA, **BIO**

Buono di Natura,
Biologico per Amore

100% PURA FRUTTA BIOLOGICA - NO ZUCCHERI AGGIUNTI
100% RICICLABILE - GLUTEN FREE - NO OGM



MIRTILLO & CO.



MANGO & CO.



FRUTTI ROSSI & CO.



PERA



ACE



BIOAGRICERT



TVBIO.IT

WWW.BEVANDEFUTURISTE.IT



TVBIOSMOOTHIE



@TVBIOSMOOTHIE



PERSONAGGI
 IN ALTO KRUG
 AMBASSADE
 CHEF PER
 FISH.
 SOTTO ANCORA
 UN'IMMAGINE
 DELLA
 MAISON.
 A SINISTRA IL
 PEPPER GAME.

intorno a una bottiglia di ottimo Champagne.

I Krug lover sono ferrei su due punti: non sono necessarie regole, non è necessaria l'esperienza, semplicemente bisogna assaporare il memorabile incontro dei sensi. Krug Grande Cuvée e Krug Rosè, sono gli unici due Champagne utilizzati per questi meravigliosi viaggi, sarebbe riduttivo scrivere una scheda tecnica su questi vini. Entrambi hanno

singolari aromi, vanno dal più fruttato, che ricorda le more e i lamponi al più floreale, come un campo di fiori. Due Champagne che sanno dare tanto e che tanto ci vuole per poterli creare, ogni anno rappresentano una realtà differente, sono le due espressioni più generose che la Maison potesse mai costruire. Krug, semplicemente, sfida le convenzioni da oltre 175 anni.

Valentina Rizzi



AGAVE PER AGUARDIENTE

Neat o miscelato è il distillato messicano alla conquista dei mercati internazionali

DI FABIO BACCHI

Prodotto nello stato di Jalisco da oltre 400 anni, la Raicilla è uno spirito cugino stretto dei messicani Tequila e Mezcal con i quali condivide l'agave come materia prima. Dal 1780 gli artigiani che producevano il loro Mezcal in Jalisco adottarono il nome Raicilla per evitare di pagare le tasse alla Corona Spagnola. Essi convinsero gli esattori che la Raicilla non fosse un Mezcal, riuscendo in questa maniera a evitare il pagamento del tributo. Oggi,

essenzialmente definito un Mezcal jalisciense, la Raicilla ha ottenuto una Denominación de Origen (DdO) nel gennaio 2019, la cui applicazione ha già suscitato polemiche.

I raicilleros sono originari del sud-ovest dello stato di Jalisco. Qui, tradizionalmente, hanno sempre prodotto e venduto il loro distillato senza alcuna regolamentazione governativa poiché la DdO consentita all'interno di Jalisco era stata precedentemente relegata esclusi-



vamente al Tequila.

Le specie di agave più comuni utilizzate per produrre la Raicilla includono Angustifolia, Maximiliana, Inaequidens, Valenciana, Rhodacantha, Silvestri e altre, con la nota eccezione dell'Azul, l'unica agave per Tequila.

La maggior parte della produzione avviene da dicembre a maggio. Tutti i prodotti sono genuine espressioni del terroir di una particolare regione, del piccolo distillatore e dei diversi tipi di agave da

cui si ricava il distillato.

Le aree e gli stili di produzione includono:

- la costa settentrionale, più subtropicale, dalla quale arrivano distillati con caratteristiche fruttate e fumose
- la Sierra, con il maggior numero di distillatori, spiriti con caratteristiche più erbacee e complesse
- sud, di lunga tradizione produttiva possiede la più grande varietà di agave e stili del distillato.

PIANTE
 IN APERTURA
 AGAVE
 RHODACANTA.
 IN ALTO A
 SINISTRA LA
 MISURAZIONE
 DEL GRADO
 ALCOLICO.
 A DESTRA
 L'AGAVE
 MAXIMILIANA.
 QUI SOPRA UN
 DISEGNO CON
 LE SPECIE
 DI AGAVE.



Complessivamente le Raicilla non hanno le tipiche note affumicate dei Mezcal, neanche quelle terrose del Tequila, hanno una loro complessità ben distinta, setosa al palato, erbacea e tendente al dolce, un gusto più neutro ed equilibrato tra Tequila e Mezcal. I raicilleros rappresentano una parte importante della storia di questo stato del Messico.

Per due secoli, la famiglia **Contreras** ha distillato Tequila nella loro casa di Valle de Juarez nelle Sierras de Tigre e la loro **Raicilla Venenosa** a oltre 2.000 mt di altitudine, con agave selvatica Lechuguilla Inaequidens raccolta a 18-20 anni di età.

Luis Contreras produce Raicilla da agavi raccolte entro un raggio di 50 km dalla distilleria, alcune delle quali possono pesare fino a 50 kg. L'acqua proveniente da una sorgente di montagna a due miglia di distanza viene trasportata a dorso di mulo al sito di distillazione per essere utilizzata in varie fasi del processo. I forni ipogei in pietra pomice di sette metri di circonferenza sono alimentati da fuoco di legno di quercia. Quindi vengono aggiunte fino a 100 piñas, ricoperte di tela e stratificate di fango. Dopo tre giorni di cottura, le piñas vengono trita-

IO SONO I MIEI
SEGRETI

Sono una ricetta che si tramanda intatta di padre in figlio.
Sono un segreto di famiglia da cinque generazioni.
Sono il simbolo di una comunità senza confini.

FERNET
INIMITABILE.



BRANCA[®]
COME TE.

[fernetbranca.com](https://www.fernetbranca.com)



175°
ANNIVERSARIO
FERNET-BRANCA

NUOVO LOOK, INFINITE BOLLE.



Naturalmente belli e buoni

J.GASCO
LEGENDARY ITALIAN DRINKS



te. Il succo ottenuto, misto a fibre, viene quindi posto in tini di fermentazione da 1.000 lt.

La fermentazione inizia naturalmente, senza l'aggiunta di lieviti. Dopo 5-10 giorni si passa alla distillazione. La massa fermentata viene distillata in alambicchi tipo alquitara con recipienti in ceramica, spesso viene aggiunta acqua per diluire il liquido ed evitare bruciature. Parte della polpa viene utilizzata per sigillare i recipienti di cottura dall'aria esterna, aiutando così a gestire il calore e intrappolare i vapori. Gli alambicchi sono alimentati da fuoco a legna e non vi sono strumenti di misurazione. Il mosto si riscalda fino all'ebollizione e il primo spirito esce dall'alambicco al 20% di ABV. La seconda distillazione darà un liquido di 50°.

Ogni passaggio viene eseguito con meticolosa cura derivante da anni di esperienza, anche il fuoco è alimentato con grande maestria, in modo da non crescere troppo in fretta o emanare trop-



ESPERTI
DON LUIS
CONTRERAS,
MEZCALISTAS
(PH MAX
GARRONE).

po fumo. Contreras tocca manualmente l'acqua di raffreddamento per controllare la temperatura, se necessario aggiunge acqua fredda quanto basta per mantene-



PRODUZIONE
IN ALTO TINI
PER LA
FRANTUMAZIONE
MANUALE
DELLE AGAVI.
QUI SOPRA LA
RACCOLTA.

re il vapore che si trasforma in distillato.

Le Raicilla La Venenosa sono presenti in diverse tipicità, ognuna espressione di un territorio e microclima. In Italia sono importate da Compagnia dei Caraibi.

Le origini di **Hacienda Meson** risalgono all'epoca dei conquistadores. **Saité Raicilla** è prodotta da Edgar Saul Covarrubias Fletes e dal socio in affari Carlos Flores a Colotitlan, ai piedi della Sierra de Amula. Quando hanno circa 12 anni le agavi *Lechuguilla Inaequidens* vengono raccolte nelle terre del Rancho Los Tepetates di proprietà di Covarrubias, 500 ettari nella Sierra de Amula. Nell'hacienda lavorano cinque persone.

La parola Saité deriva dall'antico idioma huichol degli omonimi abitanti della Sierra Madre e significa "agave per fare aguardiente" ed è anche il termine usato per indicare il mosto di agave.

Le agavi vengono macinate meccanicamente e cotte a vapore in un "horno de mampostería". Questo è un forno in muratura usato anche per cuocere mattoni, consiste in una camera di cottura in

THREE
ARTISANAL



CENTS
BEVERAGES



#3
Top Trending
Brands

#4
Best Selling
Brands



Thank you!

Distribuito da
www.onestigroup.com

THREECENTSBEVERAGES

WWW.THREECENTS.CO.UK

@THREECENTS_OFFICIAL



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.**



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



mattoni, cemento, pietra o argilla. La fermentazione delle agavi avviene spontaneamente in tini di acciaio inossidabile. Quindi una doppia distillazione per uno spirito finale di 40°. Il maestro distillatore è Edgar Saul Carravabias.

A Mascate, Jalisco, **Geraldo e Raffaella Peña** producono **Raicilla Lobo de la Sierra**. Geraldo Pena ha ripreso nel 2003 quella che è sempre stata una tradizione di famiglia. Oltre a un sito di coltivazione di agave Maximiliana di recente costituzione, raccoglie anche agave selvatiche di 8-18 anni di età. Taglia ogni piña in 8-20 pezzi, a seconda delle dimensioni, e le cucina con il metodo tradizionale, ovvero, le agavi vengono poste in una fossa scavata nel terreno e ricoperte

di pietre arroventate con fuoco di legno di quercia. Questa operazione dura tre giorni. Una volta rimosse, le agavi vengono schiacciate manualmente con un mazzuolo di legno, tritate meccanicamente e poste nei tini di fermentazione in legno.

Dopo 5-6 giorni di fermentazione, la combinazione fibra/liquido passa in alambicco di acciaio per 6 ore su fuoco di legna e viene distillata a circa il 40% di ABV. Viene eseguita una seconda distillazione alimentata a gas, con una percentuale ABV del 75%. Quindi si miscela con un terzo distillato di proprietà per ottenere uno spirito finale che sarà diluito sino al 40% con acqua proveniente da un pozzo sulla proprietà. La produzione di Raicilla Lobo de la Sierra è



ESPERTI

RIO CHENERY
(PH JOANN
ARRUDA).

molto limitata.

Raicilla Estancia di **Rio Chenery**, di origini messico/australiane, è nata nel 2014. Chenery decise di lasciare il suo computer nell'ufficio di Manhattan per trasferirsi a casa di sua madre a Puerto Vallarta e dedicarsi al lavoro in campagna e al suo spirito preferito. Suo nonno era già stato distillatore di Raicilla. Rio Chenery ha fondato la distilleria Estancia de Landeros sulla Sierra Madre occidentale, con due forni della capacità di 2,5 e 4,5 tonnellate, con alambicchi in rame e tini di fermentazione in rovere.

Per sostenere il fabbisogno di materia prima necessaria ha acquistato un appezzamento di terreno di 115 ettari, situato vicino alle zone di crescita delle agavi selvatiche, e piantato agave Maximiliana. Le agavi utilizzate da Chenery

crescono sotto dei pini e riportano alcune tipiche note distintive. La cottura in forno dura due giorni, dopo la fermentazione si passa alla doppia distillazione. A causa delle elevate tasse sugli alcolici e dei bassi redditi medi in Messico, produce una versione al 45% di alcol per l'esportazione, un bonus importante considerando lo standard dello spirito di 40°.

Mezonte Raicilla Japo è uno small batch brand di **Cabo Corrientes**, produttore di Puerto Vallarta.

A Cabo Corrientes è legato il nome di Don Victoriano Joya Hernández, scomparso nel 2018, il primo raicillero affiliatosi al Consejo Promotor de la Raicilla con sede a Mascate in Jalisco. Oggi le operazioni sono seguite da suo figlio Jorge Octavio Joya Garcia, che rappresenta la quinta generazione di questi rai-

G' VINE

GIN DE FRANCE

THE FRENCH GIN & TONIC



BEVI RESPONSABILMENTE

DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA DA

MIXER
MIXERCOCKTAILS.COM



cilleros. Le tre agavi semicoltivate per questa Raicilla vengono raccolte completamente mature in età comprese tra i 7 e i 35 anni di età. Ognuna di queste specie di agavi rappresenta una singola zona microclimatica della quale esprime il carattere.

Le agavi vengono arrostiti in forno a terra alimentato da legno di quercia o fico selvatico, a volte fino a 26 giorni, consentendo l'inizio di una fermentazione precoce. Le piñas vengono poi frantumate con mazze di legno e fatte fermentare spontaneamente con aggiunta di acqua di sorgente per altri 23 giorni. La distillazione avviene in un alambicco di rame, imbottigliamento finale tra i 47° e 49°.

La Raicilla in modo discreto, senza fare rumore, si sta costruendo una nuova identità fuori dai mercati nazionali. I valori aggiunti di storicità, tradizione e cultura messicana saranno la marcia in più che permetterà al distillato di esprimere al meglio la sua complessità come spirito da bere neat e di versatilità in miscelazione.

Fabio Bacchi

PRODUZIONE
IN ALTO PIGNE
DI AGAVE.
QUI SOPRA UN
FORNO A
TERRA.
A DESTRA
RACCOLTA
DELLE PINAS.





“L'essenziale bellezza del lusso”

Si ringrazia



BENTLEY
BENTLEY MILANO

RICETTE RAICILLA



DRY GRASS di Nicola Ruggiero – Katiuscia – Bari

INGREDIENTI

- 3cl Raicilla La Venenosa Sierra del Tigre de Jalisco
- 1,5cl Snake Oil Rimedi Ciarlatani
- 2,5cl cordiale di polline
- 2cl gel di pala di fico

Tecnica: shaker. Glass: mug. Garnish: chips di mela



LA LLORONA di Vincenzo Losappio – Zenzero – Barletta

INGREDIENTI

- 40 ml Raicilla La Venenosa Sierra Occidental de Jalisco
- 15 ml cordiale di lemon grass, damiana e jalapeños
- 30 ml flor de giamaica (infuso di ibisco)
- 20 ml Sherry Fino

Tecnica: build. Glass: old fashioned con ice cube. Garnish: jalapeños disidratato



AROMA di Sossio del Prete – Parentesi Cocktail Bar – Frattamaggiore (NA)

INGREDIENTI

- 70ml Raicilla la Venenosa Costa de Jalisco
- 12,5ml sciroppo di arancia*
- 8 spray Sea Essence (5 nel drink - 3 come Garnish)**

Tecnica: stir & strain su ice chunk. Glass: Old Fashioned. Garnish: 3 spray Sea Essence e alga Nori sul bordo del bicchiere.

*Sciroppo di arancia: 400ml gum yrup + 100ml succo di arancia

**Sea Essence: 7 fogli di alga Nori, 90ml Noilly Prat, 10ml Anice secco Varnelli.

Assemblare gli ingredienti in un sifone da panna e caricare con una carica di N2o. Agitare e riporre in frigo per 30 minuti. Filtrare, imbottigliare ed etichettare.



SIERRA MADRE MARGARITA di Claudio Sblano – La Punta Expendio de Agave – Roma

INGREDIENTI

- 40ml La Venenosa Raicilla Tabernas
- 15ml Tio Pepe Sherry Fino
- 25ml succo di lime
- 15ml sciroppo di menta dolce e ananas

Tecnica: shake & double strain on ice cubes. Glass: Old Fashioned. Garnish: ciuffo di menta e zucchero a velo vanigliato

DISTILLERY

Nº 209



LA GARA DEI RUM

Bianchi, invecchiati e vintage
Un premio che rispecchia la varietà
Vince un blend di Mauritius

DI VITTORIO BRAMBILLA

Nel mese di febbraio sono stati assegnati gli International Sugarcane Spirits Awards dedicati a Rum e altri distillati di canna da zucchero. La giuria del concorso, alla prima edizione, composta da 40 esperti da tutto il mondo, ha degustato alla cieca e attribuito punteggi ai distillati in una serie di categorie che rispecchiano la varietà del settore.

L'evento rappresenta un connubio tra Rhum Fest Paris e Rum Fest London e ha l'ambizione di diventare la più prestigiosa competizione a livello mondiale per tutti i distillati da canna da zucchero. Mentre le iniziative locali sono spesso fuori dalla portata delle categorie più piccole a causa della logistica e delle specificità, gli ISS Awards sono stati concepiti per consentire la partecipazione di ogni





brand di distillati da canna da zucchero del mondo. Tutti i brand sono trattati con uguale cura e considerazione e sono valutati su scala globale. Co-fondatori degli International Sugarcane Spirits Awards e appassionati esperti di distillati da canna da zucchero sono: Ian Burrell (Global Rum Ambassador, UK Rum Fest), Cyrille Mald (scrittore, editorialista di Rumporter, RVF, giurato in concorsi internazionali), Alexandre Vingtier (consulente internazionale di liquori, scrittore e cofondatore di Rumporter), Anne Gisselbrecht e Cyrille Hugon (cofondatori di Rhum Fest Paris e Rumporter), Marc Battais (bartender)

e Louis Marti (consulente strategico e branding specialist della spirit industry). Al concorso hanno partecipato 280 distillati provenienti da 43 diversi paesi divisi in 16 categorie. Queste includono distillati bianchi, invecchiati, vintage, di puro succo di canna, di melassa, Cachaça, oltre a Rum “zuccherati” e altro ancora.

Le 16 medaglie d'oro hanno premiato ogni tipo di distillato da canna da zucchero – Rum, Cachaça, Clairin e Aguardiente – con ulteriori nove premi per i migliori distillati di ogni area geografica (Africa, Asia, Caraibi, Europa, Oceano Indiano, Nord America, America Centrale,



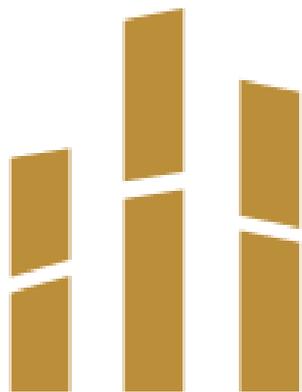
Ian Burrell



Cyrille Hugon



Cyrille Mald



INTERNATIONAL SUGARCANE SPIRITS AWARDS



Sud America, Oceania e Pacifico). Ogni giudice ha avuto una serie di campioni anonimi rappresentanti 70 distillati iscritti alla competizione.

La giuria di esperti ha avuto a disposizione un mese di tempo per testare i campioni a casa propria. In questo modo, hanno fornito un'analisi approfondita e completa che includeva consistenza, caratteristiche organolettiche e potenziali difetti, nonché aromi, sentori e il finale. Questo processo di valutazione è stato sviluppato esclusivamente per gli ISS

Awards e si differenzia nettamente dalle altre competizioni del settore nelle quali i giudici spesso devono degustare centinaia di campioni in un solo giorno. «Il nostro obiettivo per gli ISS Awards è stimolare lo sviluppo del settore dei distillati da canna da zucchero a livello globale – commenta Cyrille Mald, presidente dell'ISS Awards – celebrando l'eccellenza nel settore e offrendo per la prima volta una competizione definitiva, moderna e completa per la categoria. Quest'anno abbiamo provato e testato alcuni prodotti davvero notevoli ed è stato fantastico puntare i riflettori su alcuni brand molto meritevoli».

Per Ian Burrell, esperto e giudice, nonché Global Rum Ambassador, «gli International Sugarcane Spirit Awards sono i premi più completi mai creati per Rum e distillati da canna da zucchero. I giudici hanno lavorato da casa, in sicurezza e con 30 giorni di tempo. Ogni campione è stato accuratamente analizzato e giudicato come mai in nessun altro concorso del settore».

Altro obiettivo dell'evento è quello di creare una mappatura completa dell'offerta globale. Nei prossimi anni il concorso punta a superare le 1.000 etichette in gara. Il primo Canne d'Or – il premio assoluto assegnato ogni anno al miglior distillato di tutte le categorie – è andato a New Grove Emotion, un Rum invecchiato di Mauritius. La distilleria africana influenzata dall'esperienza francese comprende 7.000 ettari coltivati a canna da zucchero che producono annualmente 93.000 tonnellate di zucchero e 6 milioni di litri di alcol. New Gove Emotion è un blend di Rum il cui più datato risale al 1969. A seguire la lista completa dei distillati premiati.

Vittorio Brambilla

DA DESIGN.IT

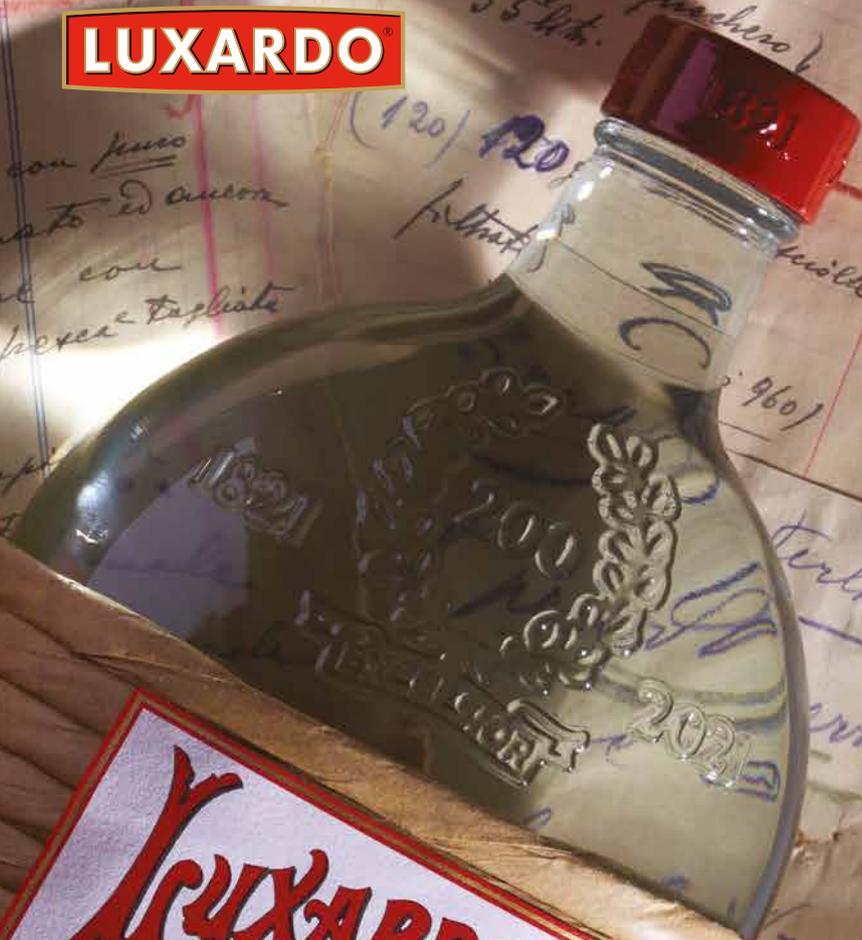
Maraschino speciale
Tipo Perle Extra Dry

LUXARDO

composta si prepara con pure
e marasca appena spinate ed accon
tate in fermentazione con
ta di foglie marasca fresche tagliate
lti vanno prima riemp
proporzionale al conten
preziosissimo app
5 si aggiunge la
fresca, tagliata

se si formano in
del vino maras
tenere il tin
comple
mentare

196 kg. (marchese)
55 litri.
(120) 120
f. (stato)
miolate in 1/2 litri.
(960)
turca
m
75 litri de
50
120



BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILMENTE



f @ in

LUXARDO.IT



WORLD BEST SPIRIT OF THE YEAR

New Grove Emotion (Oldest Rum Aged Since 1969) – Mauritius –
Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | 7 years old and up 89.7

MEDAGLIE D'ORO IN OGNI CATEGORIA

1. Rum | Fresh pure cane juice rum | White

Longueteau Rhum Blanc Agricole Le 62 (Guadeloupe) 87.7

2. Rum | Fresh pure cane juice rum | From 3 to 6 years old

H.S.E. Très Vieux Rhum Agricole VSOP (Martinique) 89

3. Rum | Fresh pure cane juice rum | 7 years old and up

H.S.E. Rhum Agricole Extra Vieux Whisky Kilchoman Cask Finish (Martinique) 88.2

4. Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | White

Monymusk White Overproof Rum (Jamaica) 86.2

5. Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | From 3 to 6 years old

Mount Gay XO (Barbados) 86.8

6. Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | 7 years old and up

Savanna Single Cask Grand Arôme Chai Humide 12 ans (Réunion) 88.8

7. Sweetened rum | White

Embargo Añejo Blanco (Guatemala / (Cuba / (Martinique / (Trinidad & Tobago) 79.4

8. Sweetened rum | From 3 to 6 years old

Bocatheva Barbados & Jamaica – 3 Years (Barbados / (Jamaica) 83.1

9. Sweetened rum | 7 years old and up

Plantation Rum Vintage Fiji 2005 (Fiji) 84.1

10. Cachaça | White / unaged

Arborea Cachaça Branca (Brazil) 84.6

11. Cachaça | Less than 3 years old

Cachaça Seleta Umburana (Brazil) 87.5

12. Cachaça | 3 years old and up

Reserva 51 Cachaça Extra Premium Singular (Brazil) 85.7

13. Craft rums, Clairins...

Mhoba Rum French Cask Rum (South Africa) 86.6

14. NAS, Gold, Solera

Papillon Freespirit (Guadeloupe) 85.7

15. Spiced rum

Chairman's Reserve Spiced (St. Lucia) 82.9

16. Macerated rum, "rhum arrangé", shrubb...

La Fabrique de l'Arrangé Ananas Fruit de la Passion (France) 85.1

SPECIAL AWARDS

Best Independent Bottling Mezan Guyana 2008

Best Initiative Renaissance Distillery – Full range – comprehensive back labels

Best Multiregion Blend Velier Royal Navy Tiger Shark

Best New Design Matusalem Insolito

Best Organic Novo Fogo Cachaça Barrel-Aged

Best Single Cask Savanna Single Cask Grand Arôme Chai Humide 12 ans

Best Stillproof Savanna Créol Straight

Best Value For Money Velho Barreiro Cachaça

TOP 20 DI OGNI CATEGORIA

1. New Grove Emotion (Oldest Rum Aged Since 1969) (Mauritius) 89.7

Canne d'Or Best of Region Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | 7 years old and up

2. H.S.E. Très Vieux Rhum Agricole VSOP (Martinique) 89
Best of Region Gold Medal Rum | Fresh pure cane juice rum | From 3 to 6 years old

3. Savanna Single Cask Grand Arôme Chai Humide 12 ans (Réunion) 88.8

Best Single Cask Gold Medal Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | 7 years old and up

4. H.S.E. Rhum Agricole Extra Vieux Whisky Kilchoman Cask Finish (Martinique) 88.2

Gold Medal Rum | Fresh pure cane juice rum | 7 years old and up

5. Manutea Tahiti Rhum Vieux VO Single Cask Pur Jus de Canne (French Polynesia) 88.2

Best of Region Finalist Rum | Fresh pure cane juice rum | From 3 to 6 years old

6. Monymusk Special Reserve Rum (Jamaica) 88.1

Finalist Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | 7 years old and up

7. Saint James 12 ans (Martinique) 88

Finalist Rum | Fresh pure cane juice rum | 7 years old and up

8. Rhum J.M Très Vieux Millésime 2010 (Martinique) 87.9

Finalist Rum | Fresh pure cane juice rum | 7 years old and up

9. Longueteau Rhum Blanc Agricole Le 62 (Guadeloupe) 87.7

Gold Medal Rum | Fresh pure cane juice rum | White

10. Rhum J.M Epices créoles (Martinique) 87.6

Finalist Rum | Fresh pure cane juice rum | From 3 to 6 years old

11. Cachaça Seleta Umburana (Brazil) 87.5

Best of Region Gold Medal Cachaça | Less than 3 years old

12. Depaz Plantation Vieux (Martinique) 87.5

Finalist Rum | Fresh pure cane juice rum | From 3 to 6 years old

13. H.S.E. Rhum Agricole Extra Vieux Whisky Rozelieures Cask Finish (Martinique) 87.4

Finalist Rum | Fresh pure cane juice rum | 7 years old and up

14. Plantation Rum Vintage Jamaica 2003 (Jamaica) 87.4

Finalist Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | 7 years old and up

15. Arbórea Cachaça Oak and Amburana (Brazil) 87.3

Finalist Cachaça | Less than 3 years old

16. Savanna Single Cask Traditionnel Finish Muscatel 12 ans (Réunion) 87.3

Finalist Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | 7 years old and up

17. H.S.E. Rhum Agricole Extra Vieux Chateau Marquis De Terme Finish (Martinique) 87.3

Finalist Rum | Fresh pure cane juice rum | 7 years old and up

18. Longueteau Rhum Vieux Agricole Symphonie (Guadeloupe) 87.3

Finalist Rum | Fresh pure cane juice rum | From 3 to 6 years old

19. Admiral Rodney HMS Royal Oak – Extra Old Saint Lucia Rum (St. Lucia) 87.1

Finalist Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | 7 years old and up

20. Mezan Guyana 2008 (Guyana) 87.1

Best Independent Bottling Finalist Rum | Molasses rum, syrup rum, mixed rum | 7 years old and up

BEST REGIONAL AWARDS

Africa **Mhoba Rum** French Cask Rum (South Africa) 86.6

Asia **Sampan** Overproof (Vietnam) 84.3

Caribbean **H.S.E.** Très Vieux Rhum Agricole VSOP (Martinique) 89

Central America **Flor de Caña Rum** 14 years (Nicaragua) 82.5

Europe **Distillery Krauss** Rum (Austria) 85.9

Indian Ocean **New Grove** Emotion (Oldest Rum Aged Since 1969) (Mauritius) 89.7

North America **Maggie's Farm Rum** Falernum (United States) 83

Oceania – Pacific **Manutea Tahiti** Rhum Vieux VO Single Cask Pur Jus de Canne (French Polynesia) 88.2

South America **Cachaça Seleta** Umburana (Brazil) 87.5

LUXARDO®

ORIGINALE
DAL 1821



LUXARDO.IT

f @ in

@ LUXARDOOFFICIAL
WEARELUXARDO



LUXARDO®



LUXARDO
200 years 1821/2021

f @ in



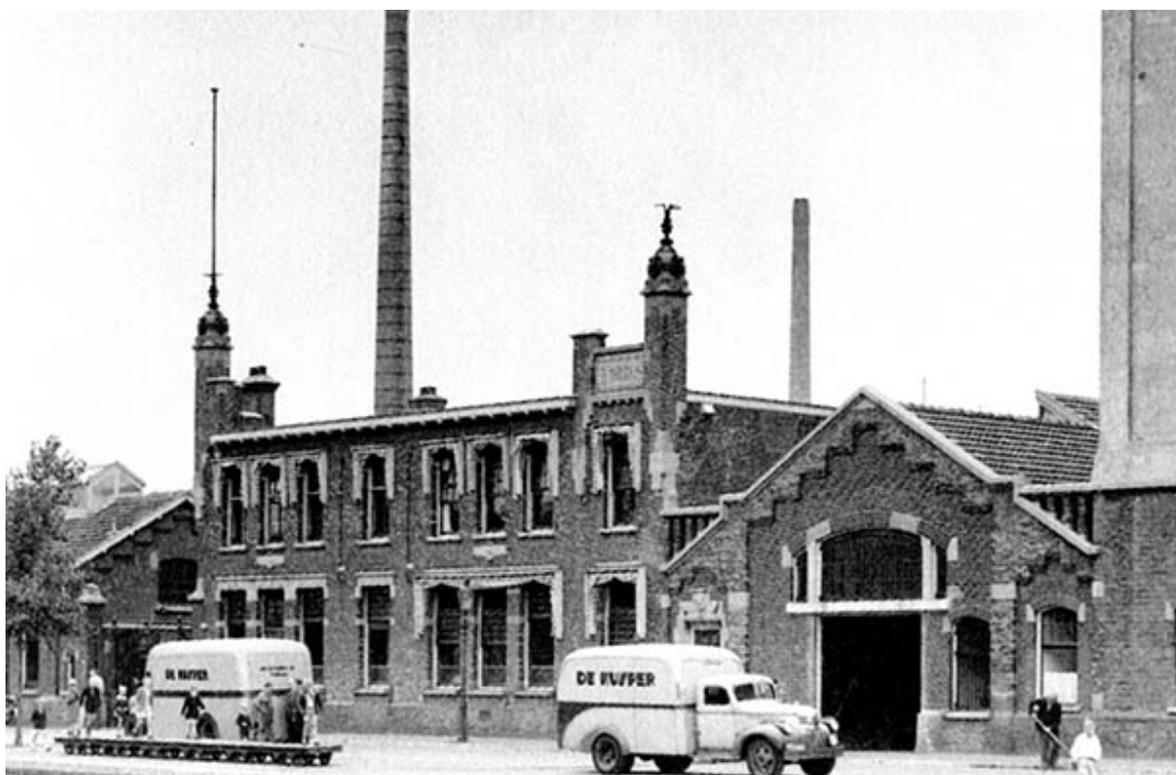
LUXARDO.IT

BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILMENTE

AFFARI DI FAMIGLIA

Oltre tre secoli di storia per un brand che si tramanda di generazione in generazione

DI ALESSANDRO PALANCA

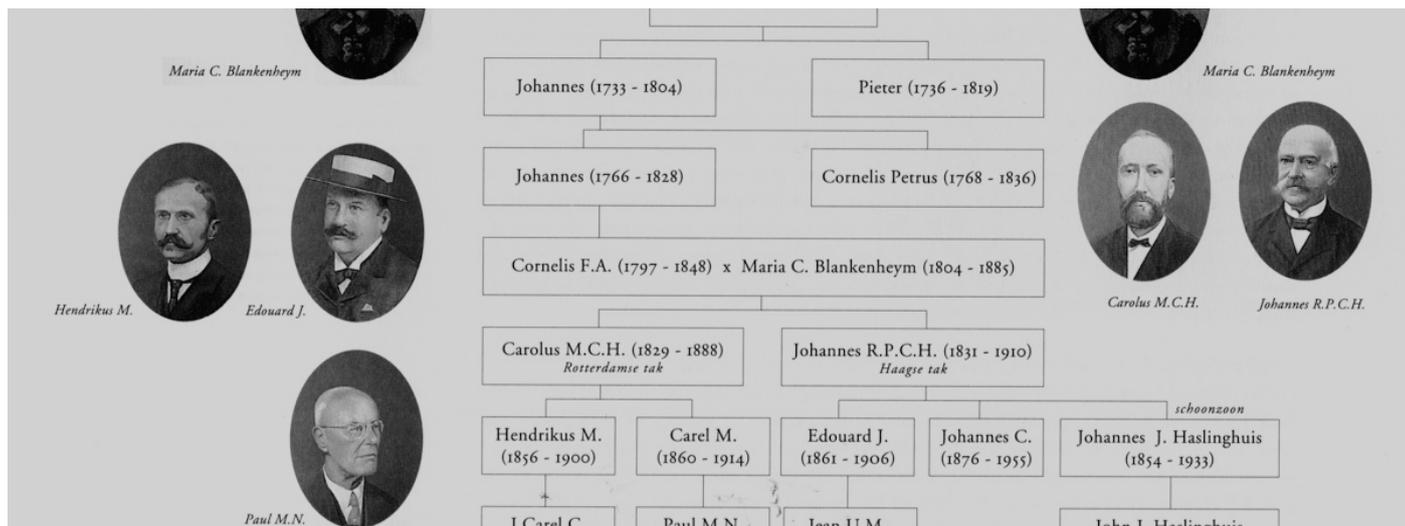


Azienda familiare al 100% dal 1695, l'olandese De Kuyper, uno dei maggiori produttori di liquori al mondo, è la più antica azienda europea della spirit industry.

In quell'anno Petrus De Kuyper e Anna Custers aprirono una bottega artigiana a Horst, un villaggio nel sud dei Paesi Bassi. Iniziò una storia che si sarebbe protratta nei secoli a venire e ancora

mantiene tutte le prerogative per andare molto lontano.

La coppia si occupava della produzione e vendita di botti. Gli affari andarono avanti in crescendo sino a quando, nel 1752, Jan de Kuyper, terzo figlio di Petrus e Anna, ampliò l'attività aziendale di famiglia acquistando una distilleria a Schiedam. Il suo obiettivo era dare inizio a una importante attività di distillazione



con la produzione di Gin e Jenever. In De Kuyper, di generazione in generazione, i componenti si sono sempre prodigati per la crescita dell'azienda di famiglia e così, nel 1769, i figli di Jan, Johannes e Pieter De Kuyper, rilevarono una ulteriore distilleria Rotterdam. A questa seguirono altre acquisizioni e in breve divennero i più importanti distillatori della città. Johannes avrebbe poi introdotto suo figlio Cornelis Petrus nel business.

Come in tutte le famiglie non mancarono contrasti famigliari. In seguito ad alcuni anni di perdite economiche, nel 1852 Johanne e Cornelis decisero di dividere le attività. Le distillerie di Delfshaven andarono a Cornelis Petrus, mentre Johannes mantenne le distillerie di Rotterdam. L'azienda di proprietà di Johannes e di suo figlio Cornelis, avrebbero costituito quella che oggi è la base aziendale di De Kuyper.

La seconda metà del XIX secolo si rivelò un boom commerciale senza precedenti e la domanda estera di alcolici olandesi ebbe una forte impennata. Tra i clienti più importanti l'azienda londinese Matthew Clark & Sons. Clark non solo acquistava i prodotti di De Kuyper per rivenderli in tutto il Regno Unito,



STORIA
IN APERTURA
UN'ANTICA
FOTO DELLA
DISTILLERIA.
IN QUESTA
PAGINA LE
ORIGINI.

sviluppò anche un ruolo importante per la diffusione del Gin olandese. Intorno al 1870, l'85% delle esportazioni di De Kuyper erano destinate al Regno Unito e al Canada. Nel 1910 l'azienda decise di tornare stabilmente a Schiedam e in un terreno precedentemente acquistato nel 1893 sorse la nuova distilleria ancora oggi in attività.

De Kuyper è conosciuta soprattutto per la sua ampia gamma di liquori noti ai bartender di tutto il mondo. Questa produzione iniziò nel 1920 per arrivare a circa 20 referenze nel corso degli anni Trenta. Non mancavano anche diverse acquaviti come quelle di albicocche, di ciliegie e celebri liquori del tempo come Triple Sec e Crème de Menthe.

Durante il Proibizionismo USA, De



STORIA

IN QUESTA PAGINE ALTRE FOTO ANTICHE DELLA DISTILLERIA, QUI SOPRA LA CANTINA. NELLA PAGINA SUCCESSIVA UN CONFRONTO TRA LE BOTTIGLIE ANTICHE E QUELLE MODERNE.

Kuyper cercò di restare sul mercato locale fornendo Gin analcolico e Orange Bitter, prodotto quest'ultimo esentato dalle restrizioni perché equiparato a medicamento. L'azienda si era sempre concentrata principalmente sull'export, tuttavia alla fine degli anni Venti venne elaborata una strategia volta a conquistare il mercato olandese. Furono assunti molti venditori per diffondere i prodotti sul territorio e lanciata una campagna di annunci pubblicitari su giornali e riviste. Ma restava l'estero il focus di De Kuyper.

Nel 1932, a Proibizionismo finito, la grande richiesta dal Canada e dal Nord America convinse l'azienda a stringere un accordo con la canadese Meager Bros &

Co per la produzione e vendita di Gin per il mercato locale. Henry De Kuyper assunse la direzione della neonata distilleria canadese che doveva sovrintendere alla produzione per il mercato locale. Nel 1934 un altro importante accordo con National Distillers Products Corp. di New York per la vendita dei prodotti De Kuyper e la costituzione congiunta di un'unità produttiva nel New Jersey. Nacque così De Kuyper USA.

Nel decennio successivo alla Seconda Guerra mondiale il governo olandese decise di favorire le aziende nazionali nell'esportazione dei propri prodotti. Scopo principale era quello di fare affluire pregiata valuta straniera sul territorio nazionale. Quelli furono gli anni del Brandy olandese e di un forte impiego di manodopera femminile.

Gli anni Cinquanta segnarono una lotta tra i Paesi Bassi e la Francia per il prodotto conosciuto come Dutch Cognac. Alla fine il governo olandese cedette, scomparve il termine Dutch Brandy e il prodotto divenne "Vieux". Molto popolare nei Paesi Bassi, il Brandy olandese era particolarmente usato in abbinamento con mixer sodati.

La carenza di manodopera maschile spinse De Kuyper ad assumere personale femminile come parte di un rinnovato processo produttivo che si rivelò un successo. Nel 1984 il lancio di un prodotto

ARDNAMURCHAN
ARGYLL
WESTERN HIGHLANDS
SCOTLAND
DISTILLERY

NEW BATCH 2021

WWW.ADELPHIDISTILLERY.COM



PELLEGRINI s.p.a.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionati e distribuiti da Pellegrini S.p.A.

www.pellegrinispa.net

f Ardnamurchan Distillery - @ ardnamurchandistillery - f Pellegrini Spa - @ pellegrinispa1904

BEVI RESPONSABILMENTE

IRRESISTIBLE TO ANGELS AND HUMANS





che avrebbe conquistato il mercato USA dei liquori. Fu l'anno di PeachThree. Nel 1995 un traguardo che probabilmente Petrus De Kuyper e Anna Custers mai avrebbero immaginato.

A trecento anni dalla sua fondazione l'azienda De Kuyper ricevette la designazione "Royal" concessa dalla Regina Beatrice di Olanda. E fu subito De Kuyper Royal Distillers. Nello stesso anno fu acquisto Warninks, celebre brand di Advokat, il tipico liquore olandese. Da allora si sono succedute una serie di importanti acquisizioni. Ricordiamo i celebri Mandarine Napoleon e Rutte Distilleries nel

2011, Cherry Heering nel 2017 e l'inaugurazione di un nuovo sito produttivo a Schiedam nel 2013.

Per continuare il proprio sviluppo, negli ultimi anni De Kuyper ha ideato una strategia moderna e dinamica. In collaborazione con bartender di alto profilo e dal riconosciuto know-how, De Kuyper ha avviato la produzione di nuovi liquori per esplorare nuovi mercati. Le materie prime provengono da tutto il mondo, estratti e distillati vengono prodotti nella distilleria di Schiedam, circondario di Rotterdam. Tra i prodotti nati dalle collaborazioni creative con i bartender ricordiamo Acqua



Bianca, Dutch Cacao e Muyu. Queste sinergiche operazioni hanno originato liquori esclusivi con l'obiettivo di ispirare la bartender industry a creare nuovi drink e rinnovare la cocktail culture.

Dopo 326 anni l'azienda è ancora nella mani della famiglia fondatrice e continua ad essere un brand globale distribuito in oltre 100 paesi.

Alessandro Palanca

ACQUA BIANCA

Lanciata a febbraio 2020 Acqua Bianca nasce dalla collaborazione tra Salvatore "The Maestro" Calabrese e De Kuyper Royal Distillers. Secondo la cronaca Salvatore Calabrese ha trovato ispirazione per Acqua Bianca leggendo un libro di cocktail di fine '800 che conteneva la ricetta Pirate Punch realizzata con un ingrediente "un po' speciale".

Acqua Bianca è composta da una miscela di botaniche come menta piperita, rosa, limone, cedro e bergamotto. Tuttavia l'ingrediente caratterizzante di Ac-

qua Bianca è l'essenza di ambra grigia, nota anche come Ambergris, che dona aroma e profondità di sapore unici. Questa sostanza fortemente odorosa è una concrezione patologica intestinale molto usata in profumeria e con una storia antichissima. In passato era usata in gastronomia e ritenuta afrodisiaca. La sostanza è formata da cibo non digerito dai capodogli (becchi e ossi di calamari) e in parte da una sostanza patologica di consistenza cerosa secreta nell'intestino per proteggere la superficie interna dalle irritazioni provocate dal passaggio del materiale indigeribile. La sostanza si accumula nella parte finale dell'intestino dell'animale, crescendo di volume nel corso degli anni, finché non viene espulso. Il prezzo di questa sostanza è particolarmente elevato.

L'inesistenza di liquori contenenti ambra grigia ha destato l'interesse del Maestro che ha lavorato con De Kuyper, allo sviluppo di un liquore dagli aromi definiti multidimensionali. Acqua Bianca (24°) ha un aroma unico, molto fresco. Al palato

150 **VARNELLI**

1868-2018

SHALL
WE MIX?



www.varnelli.it

BEVI RESPONSABILMENTE

DIAMONDS ARE FOREVER

DIAMOND FILTRATED VODKA



BEVI RESPONSABILMENTE

www.threesixty-vodka.com

distribuito da onestigroup.com



si presenta morbida, con incisive note agrumate e una delicata nota balsamica data dalla menta, quindi toni floreali dolci. Particolare attenzione è stata riservata anche al packaging unico e distintivo, disegnato da Francesca Calabrese, figlia di Salvatore, in collaborazione con l'agenzia Five Foot Eight. Il design della bottiglia ricorda un libro con l'etichetta che fa da dorso.

DUTCH CACAO

Presentata nell'ottobre 2019, Dutch Cacao, white Crème de Cacao (24°), è stata creata da Joerg Meyer e De Kuyper Royal Distillers. Joerg Meyer, de Le Lion Bar di Amburgo, è l'inventore del cocktail Gin Basil Smash, un delizioso Gin Sour aromatizzato con basilico ormai noto in



PROTAGONISTI
 NELLA FOTO IN ALTO SALVATORE CALABRESE. QUI SOPRA, DA SINISTRA, SALVATORE CALABRESE, MARK DE WITTE CEO DE KUYPER ROYAL DISTILLERS, JOERG MEYER. DESTRA, JOERG MEYER.



MUYU LIQUEURS

I TRE FONDATORI: CAPORALE, BERG, KRATENA.

tutto il mondo. Joerg è uno dei sostenitori del concetto “Less is more” con il quale si chiarisce che pochi ingredienti eccellenti, ben utilizzati, producono più alti livelli di qualità in un drink.

Joerg afferma: «Si capisce con il tempo che in un cocktail fatto con due soli ingredienti non c'è spazio per nascondere ingredienti economici o di scarsa qualità. I cocktail a due ingredienti sono onesti, ti raccontano tutto del bartender e degli ingredienti, non mentono mai».

Spinto dalla ricerca della versione perfetta del cocktail “Twentieth Century”, Joerg Meyer ha quindi messo in pratica la sua visione utilizzando ingredienti di prima qualità per progettare una Crème de Cacao contenente quanto meno zucchero possibile.

Dutch Cacao è una crema liquore bianca, unica, che utilizza fave di cacao Criollo, vaniglia Bourbon, cannella di Ceylon e Arrack indonesiano.

Alla vista il liquore si presenta di colore giallo paglierino, ben limpido. Al naso immediate percezioni di cacao, cioccolato e frutta secca, nocciole. Ben equilibrato con l'olfatto, il palato percepisce ricche note di spezie e agrumi.

MUYU LIQUEURS

Nel febbraio 2019, il trio Alex Kratena, Monica Berg e Simone Caporale ha presentato Muyu, una gamma di tre liquori moderni a base di ingredienti naturali. Muyu, è una parola dell'antica lingua Quecha parlata dai nativi originari del sud America, e significa “seme”. L'idea di questo progetto venne ai tre bartender durante un viaggio in Amazzonia nel 2016, alla ricerca di prodotti innovativi e inusuali da esplorare in miscelazione. Tuttavia gli ingredienti usati non provengono dall'Amazzonia.

Per una scelta di ecosostenibilità i tre bartender scelsero di approvvigionarsi a



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

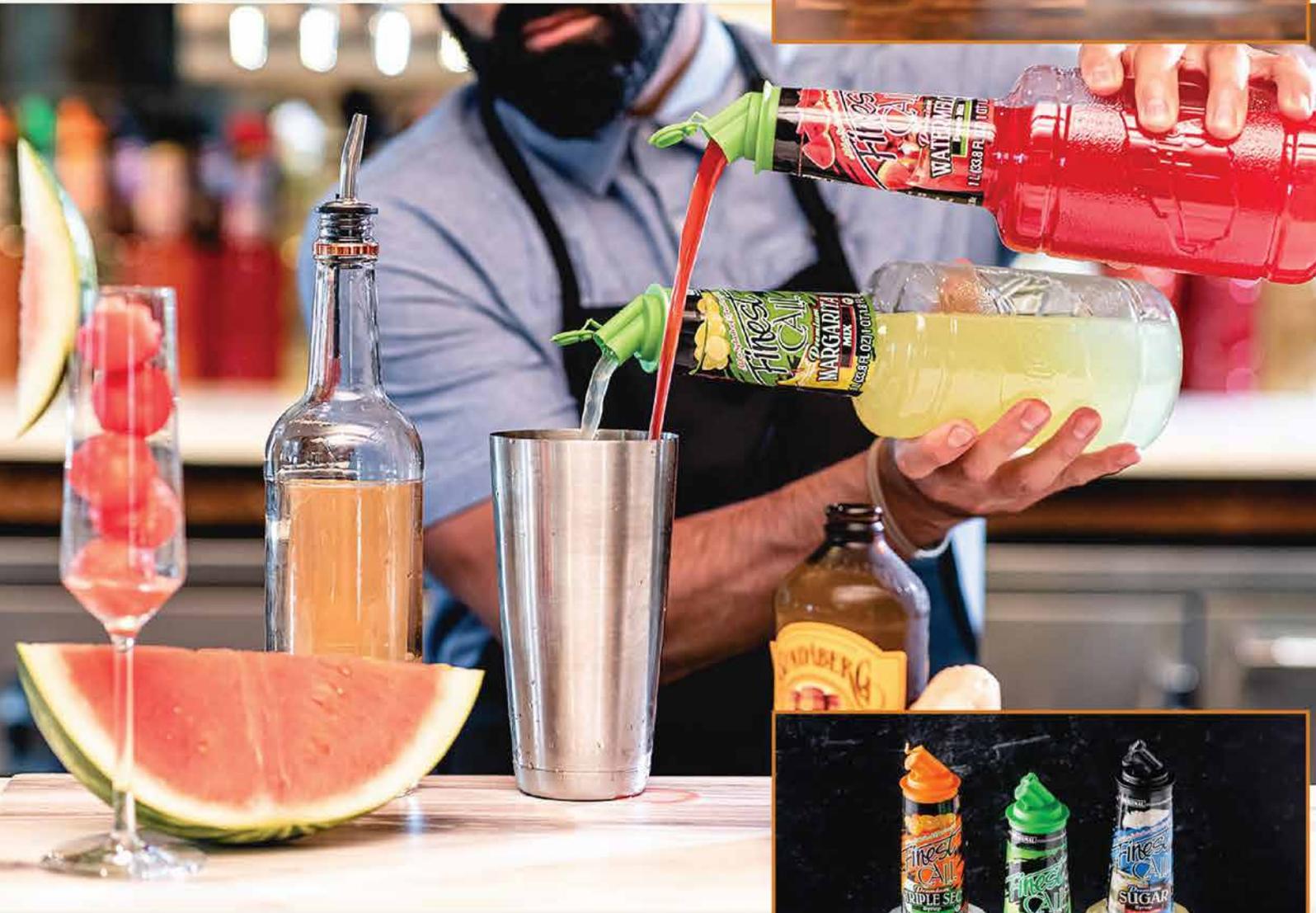
drink responsibly

propaganda3.it



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



Grasse, la città francese nota come capitale dei profumi. L'Amazzonia è richiamata nell'etichetta con immagini che evocano le figure tribali che gli indigeni portano dipinte sui corpi.

Con De Kuyper Royal Distillers sono state effettuate le estrazioni e distillazioni dei singoli ingredienti. Tra queste quella nota come *enfleurage* che sfrutta la corrente di vapore.

Già usi a lavorare con ingredienti unici e distintivi e a sperimentare sapori innovativi nei loro cocktail, i creatori della serie MUYU hanno mantenuto la stessa linea di condotta per questi liquori la cui struttura è basata sul modello realizzativo dei profumi; una nota superiore, una centrale e una di base. Questa linea di liquori comprende tre referenze, ognuna

delle quali ha avuto come realizzatore un bartender e si identificano per la nota aromatica caratterizzante.

Jasmine Verte (24°) è stato realizzato da Monica Berg. La sua personalità è decisamente fresca e floreale nella quale si esaltano note di gelsomino, iris, yuzu, patchouli e neroli.

Simone Caporale si è cimentato con *Chinotto Nero* (24°), un liquore dalla personalità mediterranea nel quale spiccano note agrumate di chinotto e arancia amara impreziosite da sfumature di cacao.

Vetiver Gris (22°) è opera di Alex Kratena. Legno di cedro, pepe e patchouli. Una parte dei profitti delle vendite è destinata alle ONG che operano in Amazzonia.



THE WHITE MAESTRO di Riccardo Rossi – Freni & Frizioni – Roma

INGREDIENTI

- 45ml Pisco Acholado
- 22,5ml Acqua Bianca
- 22,5ml succo di limone
- 10ml sciroppo di zucchero (2:1)
- 10ml bianco di uovo

Tecnica: shaker. Glass: coppetta. Garnish: fogliolina di menta



BETWEEN THE LEAVES di Mario Farulla – Chapter – Roma

INGREDIENTI

- 25ml Acqua Bianca
- 25ml Rum bianco
- 25ml Cognac VSOP
- 25ml succo di limone di Sorrento

Tecnica: shaker. Glass: coppetta. Garnish: foglia di limone



THE MAESTRO FIZZ di Vito Catucci – Piano:susci italiano – Gioia del Colle (BA)

INGREDIENTI

- 3 cl Acqua Bianca
- 2 cl Vodka
- 3 cl oleo saccharum di bergamotto
- 6 cl soda acidificata alla menta, cedro e rosa

Tecnica: shake. Glass: nude glass con chunk di ghiaccio. Guarnizione: petalo di rosa bianca



MAESTRO'S CHOICE di Marco Macelloni – Franklin 33 – Lucca

INGREDIENTI

- 5 cl Bas Armagnac
- 2,5 cl Acqua Bianca
- 1cl Domaine de Canton
- 1 dash grapefruit bitter

Tecnica: stir & strain. Glass: coppetta Nick & Nora Garnish: pera essiccata e caramellata

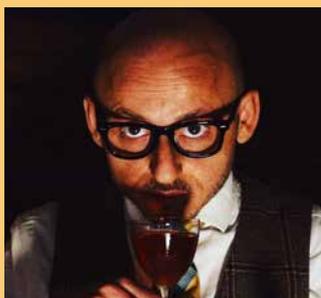


AIDA di Emanuele Bruni- Roma

INGREDIENTI

- 30ml Acqua Bianca 30ml
- 30ml Brandy
- 30ml Americano Cocchi
- vaporizzazione di sandalo e mirra

Tecnica: stir & strain. Glass: Nick & Nora. Garnish: no



TOUCH ME di Enzo Tana – Makerè Wine& Drink – Aversa (CE)

INGREDIENTI

- spray di Mezcal Bruxo No 1 nel bicchiere raffreddato
- 3cl Luxardo Dry Gin
- 2cl Acqua Bianca
- Colmare con London Essence Tonic Water Grapefruit & Rosemary

Tecnica: build. Glass: tumbler. Garnish: pomodorino e oliva



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 BY THE ROYAL WARRANTED
 METICULOUSLY
 3-52 No. 1
 100 YEAR OLD
 BRICK ENGAGED,
 SHIPPED FOOT STILL

Dr. David Clutton

LONDON DRY GIN

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

No.3 Gin is made on the Molen distillery and Dr. David Clutton made to hold a We open our distillery in LONDON 2011. We just the original met, a unique No.3 in a glass of flavoured gin. The most successful gin in the world. We are proud of the world's purest gin. We have been No.3. The gin for the man or woman who loves a gin and toni.

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



FLORIAN, RESISTI!

Piegato dalla crisi, rischia di chiudere
il Caffè di Venezia
Cancellando un pezzo di storia

DI **BASTIAN CONTRARIO**

Venezia, 1977. Roberto era appena stato assunto come barman per un nuovissimo american bar, appena apprestato nel locale più famoso di Venezia. Entra una signora con dei cani, accompagnata da un gentiluomo sulla cinquantina. Prendono posto al loro abituale tavolino, ordinano il solito, scherzano con i dipendenti come fossero vecchi amici. Pagano e se ne vanno. «Chi erano? – chiede Roberto al collega – Non li hai riconosciuti? Peggy Guggenheim e Truman Capote».

Il bar era il Florian e quel tavolino ri-

schia di scomparire per sempre insieme a tutta la storia che ha letteralmente scritta addosso, insieme ai ricordi di quanti in trecento anni di storia vi sono passati.

Rischiano di scomparire i ricordi e la storia di Roberto che per 15 anni ha lavorato dietro a quel bancone, di tutti i suoi colleghi con i quali ha sempre condiviso una forte solidarietà, perché in qualche modo al Florian si appartiene per sempre. I ricordi di tutti “gli anonimi” che per trecento anni hanno sollevato “la larva” (la tipica maschera bianca) per sorseggiare la loro cioccolata fumante durante il car-



nevale, i miei ricordi e sicuramente quelli di molti di voi.

Il Florian sta attraversando un momento di forte difficoltà. Dopo un anno di chiusura forzata a causa della pandemia, si trova a dover far fronte agli stipendi di 70 dipendenti e all'obbligo di pagare il 100% del canone d'affitto al Demanio, proprietario in gran parte delle mura. Nessuno sconto è stato per ora accordato loro e i risarcimenti ricevuti sono stati davvero esigui. Anche se la proprietà appartiene a una cordata di noti imprenditori, non sarà possibile neanche per loro resistere

ancora a lungo senza introiti. Lo cederanno? Per ora non lo sappiamo, certamente stanno cercando di sopravvivere. Certo, potrebbe anche diventare un'altra attività, più redditizia o, come avrebbe detto il governo della Serenissima, lasciare il posto ad "arti più utili e necessarie". «Ci sarebbe una rivolta popolare», dice Roberto, «ho le lacrime agli occhi al solo pensarci».

Il Florian è un simbolo, un'icona che ora più che mai rappresenta idealmente anche tutti i locali storici d'Italia, che non forti del suo nome, sono certamente orgogliosi di altrettanta storia e tradizione, a volte più



circoscritta ma altrettanto degna di tutela. Tanti, tantissimi che ora sembrano più che mai invisibili.

È davvero ironico che il Paese della cultura, tanto attento alla tutela del proprio patrimonio storico, non conosca un emerito nulla della propria storia e ripeta imperterrita gli stessi errori di secolo in secolo, nascondendo ogni volta la mano all'immane nefasto risultato. Abbiamo già perso il Giacosa di Firenze, dove Scarselli inventò il Negroni, il Sandri di Perugia, l'Aragno di Roma, solo per citarne alcuni e la pandemia globale non c'entra proprio nulla. È solo la mannaia del boia.

Nella Venezia del '700 ci si divertiva, è risaputo. I caffè, le osterie, le taverne, le

caneve e le malvasie erano i luoghi dove la socialità meglio si esprimeva ed erano numerosissimi. «Al Caffè, divenuto come la casa dei veneziani, conveniva ad ogni ora del giorno, gente di ogni classe, di ogni età e condizione sociale» ... «le stanze erano basse, modeste, disadorne, senza vetri, mal rischiarate da una luce tremola e incerta, ma entro vi portava come un soffio di eleganza la folla varia e lieta» (N. BAZZETTA DE VEMENIA, *I caffè storici d'Italia da Torino a Napoli*, Mi, 1939). Tra questi luoghi, il caffè "Alla Venezia trionfante" esiste ancora e si chiama oggi proprio "Floriant" dal nome del suo fondatore e primo proprietario.

Come gli altri caffè, nel Settecento non era certo così lussuoso come lo vediamo oggi. Fondato nel 1720, fu per molto tempo un luogo frequentato dai veneziani così come dai "foresti", che più della magnificenza degli arredi lo resero famoso. Le cronache ci tramandano fosse il salotto buono di Giacomo Casanova, del poeta Baffo, di Ugo Foscolo, del Canova, di Silvio Pellico ma anche di Byron, di Goethe, della Sand e di Dumas (padre!), fino ai più moderni Charlie Chaplin ed Ernest Hemingway. Poi, quando nell'Ottocento i caffè cominciarono a diventare luoghi più belli,



Rappresentato da



RINALDI 1957

Welcome to Sugarlandia



CORAGGIO OLANDESE SPIRITO INDONESIANO

ELETTO MIGLIOR GIN OLANDESE



Bevi Bobby's Gin responsabilmente

ONESTIGROUP
THE DISTRICT OF BEVERAGE

DISTRIBUITO DA
ONESTIGROUP.COM
@ONESTIGROUP



di lusso, quasi a conformarsi al prestigio dei propri ospiti, anche il Florian si rifece “trucco e parrucco”, diventando un locale “di lusso”. I giornalisti dell’epoca pensarono che questo diventar “di moda”, dopo più di cento anni di attività, l’avrebbe reso invisibile all’umanità varia che lo popolava a tutte le ore. Invece le persone continuano ad andarci e a sentirsi a casa.

Nel 1976 chiuse i battenti per un anno, ma solo, ancora una volta, per rimanere “moderno”. Infatti, riaprì inaugurando al suo interno l’american bar in cui lavorava Roberto, che altri non è che Roberto Pellegrini, diventato poi il famoso barman e imprenditore che tutti conosciamo, con una fulgida carriera spesa dietro ai più importanti banconi veneziani, dall’Hotel Danieli all’Hotel Gritti, fino al Tacco 11 di Spinea (VE).

Per il Florian quello attuale è un ricorso storico. Prima di conoscere l’Italia, anzi di partecipare attivamente alla sua nascita, conobbe il massimo fasto e la fine della Serenissima, una repubblica forte di ben mille anni di storia. Nel 1638 nell’antico palazzo dei Dandolo a San Moisè aprì la prima casa da gioco pubblica chiamata il Ridotto. Nel giro di un secolo però il gioco



d’azzardo venne considerato moralmente riprovevole e così, per ordine del Maggior Consiglio, nel 1774 il Ridotto venne chiuso. Come spesso accade, non è chiudendo il luogo dove si pratica una certa attività che le persone smettono di praticarla, così la pratica del gioco si trasferì nei caffè e nei casini. Per capirci meglio, è un po’ come se per impedire alle persone di assembrarsi ci si limitasse a chiudere i bar e ci si stupisse perché i ritrovi avvengano in altri luoghi. In ogni caso la pratica del gioco continuò e se per un po’ di tempo il Governo veneziano sembrò tollerare la situazione, a un certo punto le cose cambiarono: la repressione del gioco d’azzardo fu più incisiva e diventò guerra ai bar. Per fare un



parallelo, l'Italia ha conosciuto negli ultimi vent'anni la repressione del consumo alcolico, del rumore, della "movida molesta" ed è stata sempre guerra ai bar.

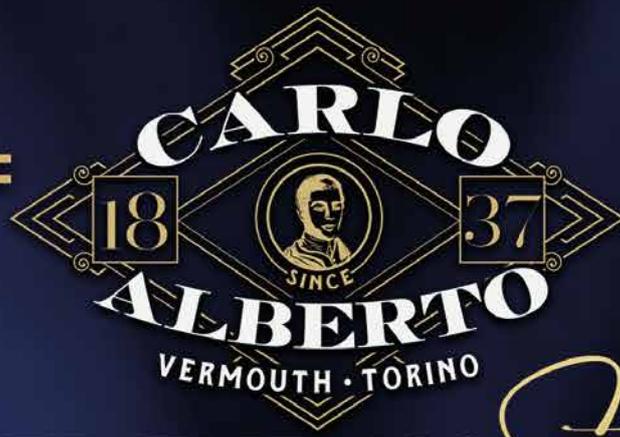
Solo l'ignoranza e l'ottusità può far davvero credere a qualcuno che siano davvero i bar, assunti come entità astratta, a creare certi problemi. Quel che impressiona è che spulciando tra le cronache del tempo troviamo, esattamente come oggi, voci di lamentela su caffè e osterie, rei di essere pieni di avventori a qualsiasi ora del giorno e della notte, in un turbinio di suoni e colori. Voci che, utilizzando l'immancabile giustificazione principe della mancanza di moralità, rivendicavano il "diritto" di godere della tranquillità di un caffè semideserto, cominciando a gridare come i bar fossero troppi. Così, esattamente come oggi, gli interessi di pochi vennero scambiati per quelli generali, con assoluta illogicità. Insomma, come anticipato, al grido di "mancanza di moralità" sollevato da pochi, il governo veneziano si ridestò.

Nel 1759 venne quindi deliberato che non fosse possibile aprire nuovi esercizi dediti alla somministrazione (quella che noi oggi chiamiamo contingentamento del-

le licenze). «Sarà merito de' zelanti cittadini stessi accudire che fruttuose riescano, con l'adempimento conforme, queste deliberazioni». Ecco da dove l'attuale governo italiano ha mutuato la tanto cara pratica della delazione, da uno dei governi più repressivi che la storia ricordi. E ancora: venne ordinato di chiudere le stanze dove solitamente si giocava e venne vietato alle donne di entrare nei caffè a viso scoperto, potendovi entrare solo con la maschera durante il Carnevale, che ne garantiva l'anonimato. Infine, le limitazioni d'orario e il divieto di sedersi: bisognava levare le sedie alle 24 e chiudere non più tardi delle 2 di notte.

La repubblica di Venezia crollò definitivamente nel 1797, conquistata dalle truppe napoleoniche. Una delle principali cause della sua caduta fu l'enorme numero di norme emanate e la propensione a regolare qualsiasi cosa. Personalmente non mi aspetto nulla di diverso anche per l'Italia odierna, impegnata in crociate di distruzione anziché a garantire la serenità e la libera iniziativa dei propri cittadini, a patto che il Florian resista.

Bastian Contrario



NEVERENDING *Story*



IL PREZZO IDEALE

Vino, Cognac e Brandy guidano la classifica degli acquisti della più grande piattaforma online

DI FABIO BACCHI

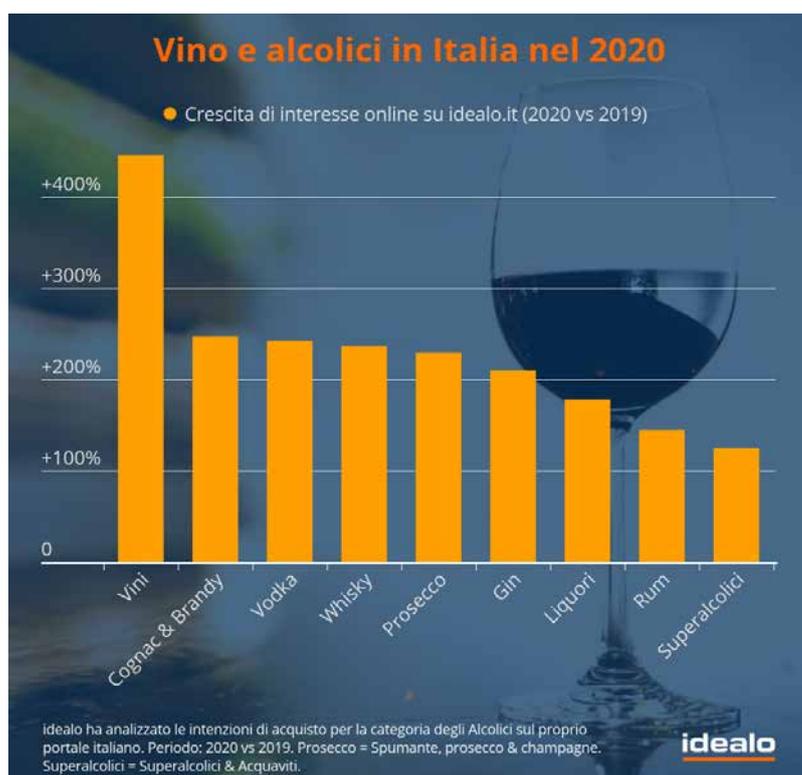
idealo è un comparatore prezzi con oltre 145 milioni di offerte di oltre 30.000 negozi online. L'azienda viene fondata a Berlino nel 2000 e da allora è cresciuta costantemente. Attualmente è presente in Germania, Austria, Regno Unito, Francia, Italia, Spagna, con sei portali nazionali.

Nel 2014 idealo ha ottenuto dall'ente

di certificazione tedesco TÜV Saarland, il marchio di "comparatore certificato" per la qualità delle informazioni reperibili sul portale e le misure a protezione dei dati degli utenti. Idealo mette a disposizione dei propri utenti centinaia di test sui prodotti e opinioni di altri utenti, non limitandosi a offrire un servizio di comparazione per individuare i prezzi più convenienti, ma ponendosi anche come una guida autorevole e imparziale allo shopping on-line con schede tecniche, filtri di ricerca avanzati e recensioni di esperti.

Oltre 800 persone provenienti da quasi 40 nazioni lavorano nella sede di Berlino. L'interesse online nei confronti degli alcolici è più che raddoppiato nello scorso anno in Italia (+110,2%) e a crescere maggiormente sono i giovani nella fascia di età tra i 18 e i 24 anni (+209,2%) secondo quanto emerso dall'ultima ricerca di idealo.

Ad acquistare alcolici online sono soprattutto gli uomini, la cui percentuale è salita del +100,6% nel 2020, rispetto alle donne, la cui percentuale è comunque cresciuta del +65,3% nello stesso periodo. Dopo quella dei giovani la fascia d'età più interessata agli alcolici online è quella de-

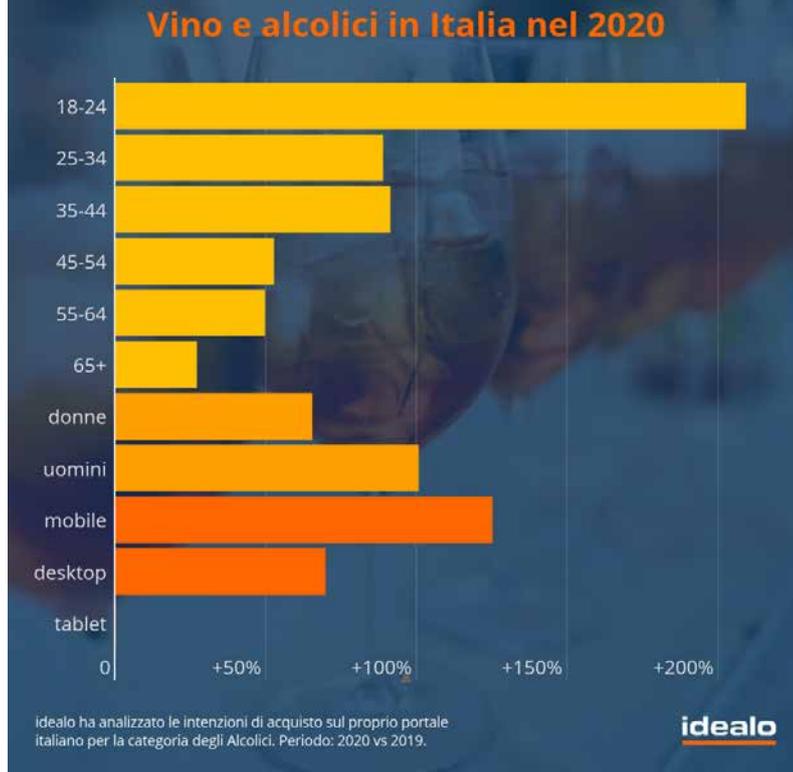


gli adulti tra i 35 e i 44 anni (+91,2%) e tra i 25 e 34 anni (+88,8%). Da segnalare, inoltre, la crescita di interesse nella fascia degli over 65, +27,0%, inferiore rispetto a quella delle altre fasce d'età ma tre volte superiore rispetto alla crescita di interesse verso l'e-commerce in generale, che nel 2020 è aumentata del +9,0% tra gli adulti over 65.

Le ricerche di alcolici online sono effettuate soprattutto la domenica sera, tra le ore 21 e le 22 e da mobile (+125,1% rispetto al 2019). A livello territoriale le tre regioni in cui l'interesse online verso gli alcolici è cresciuto maggiormente sono il Molise (oltre +200,0%), il Friuli Venezia Giulia (+196,2%) e la Basilicata (+191,1%); quelle cresciute di meno sono, invece, l'Umbria (+76,1%), la Liguria (+41,0%) e, per ultima, la Valle d'Aosta (+39,6%).

Ma quali alcolici gli italiani hanno cercato di più online gli nel 2020? Secondo i dati dell'ultima ricerca di idealo, nell'ultimo anno si è assistito a un vero e proprio boom di interesse online da parte degli italiani nei confronti dei vini (+446,0%), seguiti da Cognac e Brandy (+247,6%) e Vodka (+242,7%). Se in Italia nel 2020 l'interesse online nei confronti degli alcolici è più che raddoppiato (+110,2% rispetto al 2019), inglesi e spagnoli hanno fatto registrare un aumento di interesse quasi triplicato, con una crescita del +194,8% nel Regno Unito e +171,1% nella penisola iberica. La crescita dell'interesse online nel 2020 nei confronti degli alcolici è stata meno marcata, invece, per i tedeschi (+47,7%), per gli austriaci (+33,4%) e per i francesi (+29,6%). Italiani e austriaci hanno cercato soprattutto Spumanti, Prosecco e Champagne mentre negli altri paesi le ricerche hanno riguardato, in particolare, i Whisky.

Complice la pandemia e i lunghi mesi di



lockdown e chiusura dei negozi, nel 2020 sono mancate le degustazioni e i tour per le cantine ed enoteche alla ricerca di etichette pregiate e liquori particolari.

Acquistare alcolici online, oggi, è diventato più che mai facile e interessante per la vasta scelta di enoteche digitali, dalle piattaforme mastodontiche ai piccoli e medi e-commerce dalle selezioni più personalizzate. In particolare i mesi con il maggiore interesse online sono stati agosto e dicembre. Nel primo caso, l'attenzione degli utenti si è concentrata su Gin e Vodka. A fine anno, invece, le intenzioni di acquisto sono state soprattutto per Spumante, Prosecco e Champagne, Cognac e Brandy, liquori, Rum, superalcolici e acquaviti varie, vini e Whisky. Inoltre, il confronto dei prezzi mensili online permette grandi possibilità di risparmio nell'arco di un anno. Se si sfrutta a proprio vantaggio la fluttuazione dei prezzi e si acquista nel mese più conveniente, è infatti possibile risparmiare in media il 10,9% considerando insieme tutte le categorie oggetto di studio. In alcuni casi, il risparmio massimo medio può anche superare il 20%, vale a dire per Rum e Cognac & Brandy. Infine, l'analisi della funzione "prezzo ideale" sul portale

Spritz in Italia nel 2020

Come si beve l'aperitivo nelle regioni italiane?



idealo ha analizzato l'interesse online per la categoria degli Alcolici sul proprio portale italiano. Nelle regioni in rosso ci sono state più ricerche online per le bottiglie di Campari. In quelle arancioni per le bottiglie di Aperol. Periodo: 2020.

idealo

italiano di idealo ha permesso di stimare il risparmio desiderato dagli utenti per la categoria degli alcolici, vale a dire una spesa del -24,8% rispetto al prezzo che avevano i prodotti nel momento dell'attivazione di questa speciale funzione che consente di monitorare costantemente i prezzi e di ricevere un alert via e-mail o tramite l'App di idealo.

Birra o vino, Spumante o Champagne: il mondo del bere si è da sempre diviso a seconda dei gusti e delle culture. Così, anche per un classico dell'aperitivo nostrano, lo Spritz, le preferenze degli italiani si dividono tra chi opta per quello a base di Prosecco, Aperol e seltz (o acqua frizzante) e chi, invece, al posto dell'Aperol sceglie il Campari. Gli italiani online nel corso degli ultimi dodici mesi hanno mostrato un interesse pressoché simile per entrambe le versioni con 10 regioni che hanno cerca-

to di più l'Aperol e 9 che hanno cercato di più il Campari sul portale italiano di idealo.

«L'anno 2020 è stato senza dubbio un anno caratterizzato da crescita e successo straordinari per tutto l'e-commerce. Non fanno eccezione il vino e gli alcolici, con un interesse online più che raddoppiato – ha dichiarato Filippo Dattola, Country Manager di idealo per l'Italia – senza mai dimenticare l'importanza di un consumo, moderato e consapevole, quindi responsabile, di vino e alcolici, l'aumento delle intenzioni di acquisto online ha spiegazioni anche nella nascita e crescita, nell'ultimo anno, di molte nuove enoteche digitali con interessanti selezioni e offerte, oltre che nella digitalizzazione delle vendite da parte di cantine e aziende vinicole che hanno dovuto far fronte ai cali nelle vendite in presenza a causa della pandemia».

Fabio Bacchi

Not your
stereotypical
Irishman



Happy St. Patrick's Day



DISTRIBUITO DA GHILARDI SELEZIONI



CAPTURE COPENHAGEN

La città secondo Nick Kobbernagel Hovind

DI THEODORA SUTCLIFFE

Nick Kobbernagel Hovind, è uno dei più apprezzati bartender della Danimarca, si è appassionato al bar mentre si impegnava come ingegnere. Ma sin dal primo momento ha amato così tanto il bar che decise di lasciare il suo incarico di ingegneria per

occuparsi di bar a tempo pieno. Entrò nello staff del Ruby, sempre presente nella lista dei migliori bar di Copenhagen, sino a diventare nel 2007 direttore generale delle tre sedi del gruppo: Ruby, Brønnum e Lidkoeb.

Hovind, che parla correntemente da-



nese, tedesco e inglese, oltre a un po' di francese e italiano, è orgoglioso del suo ruolo nel contribuire a plasmare la scena dei bar di Copenaghen. «Possiamo ridere di come erano le cose 15 anni prima e di dove siamo oggi, con questo lavoro che oggi permette una carriera professionale piuttosto che un lavoro part-time di ripiego», dice. «Sono orgoglioso di essere cittadino di una città che vale la pena visitare anche per la sua cocktail culture». Ciò non significa che Hovind sia blasé riguardo alle sfide che COVID-19 presenta, Ruby ha riaperto solo il 1 settembre

dopo essere stato chiuso dall'11 marzo. «La scena del bar cambierà molto», dice. «Invece di pensare che le cose stiano tornando alla normalità, dobbiamo aspettarci che questa sia la nuova normalità. Penso che sarà un anno orribile per tutti finanziariamente, e sfortunatamente penso che molti dei piccoli bar indipendenti ne soffriranno e forse dovranno chiudere».

Qual è il posto migliore per bere un Rum a Copenaghen e perchè?

Il Rum è un protagonista importante di tutti i cocktail bar di Copenaghen. I danesi adorano il Rum scuro. Andrei sicuramente da Gensyn, che significa "ci vediamo di nuovo" in danese, di proprietà di un brillante barista di nome Terkel. È sempre divertente, capace di stupire, ama i cocktail classici, la qualità è fantastica, una miscelazione divertente. In qualsiasi momento il Daiquiri sarà ottimo.

Quali sono i cocktail bar da non perdere a Copenaghen?

Ovviamente i bar che gestisco: Ruby, Brønnum e Lidkoeb. Consiglio di non perdere l'atmosfera di un classico bar come quello dell'hotel Nimb, barman della vecchia scuola, arredamento bellissimo e persone straordinarie che vi lavorano. Imperdibile il Duck & Cover, dove tutto è ai massimi livelli.

Dove bere un buon drink godendo di un'ottima vista?

Se non si vuole bere un cocktail consiglio un calice di vino all'aria aperta seduti nel giardino di Amass, magari con del pollo fritto in accompagnamento. Si è fuori dal centro cittadino ma con una bella vista sul porto.

Un bar storico?

Bisogna andare al K-bar. È stato il primo bar indipendente (fuori da un hotel)



a servire cocktail. È ancora di proprietà di Kirsten e lei ci sta ancora lavorando. Drink fantastici e un'ottima selezione di champagne. È un bar molto piccolo ma è un'esperienza da vivere.

Dove si ritrovano i bartender quando sono liberi?

Da La Fontaine, un jazz bar, un posto accogliente e un po' folle, ci si ritrova e si scambiano idee e suggerimenti professionali. Normalmente è aperto sino all'alba, adesso con le restrizioni che abbiamo è diverso. Ho atteso l'alba molte volte in quel posto.

Dove possiamo andare per un buon caffè e perché?

La coffee scene a Copenaghen è mol-

to vivace ben diffusa, quasi ovunque. Io preferisco bere il caffè a casa la mattina. Mi piace andare in bicicletta e spesso mi reco al Cranks & Coffee, un piccolo negozio a nord di Copenaghen. In questo posto con annessa caffetteria vendono articoli da ciclismo. E' un punto di ritrovo per molti ciclisti che si fermano anche per consumare un caffè accompagnato da un dolce.

Dove si possono comprare ingredienti per cocktail?

Due negozi. Uno è Juuls Vinhandel (che significa Juuls Wine Shop), oppure da Shoppen, gestito da due proprietari di bar. Entrambi hanno molti ingredienti e anche un'ottima selezione di birre. Shop-



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



LA RICETTA

RUBY'S REMEDY

- 45ml Black Tears Dry Spiced
- 5ml Taffel Akvavit
- 30ml succo fresco di lime
- 20ml cordiale di orzo tostato*

Shakerare bene gli ingredienti con ghiaccio e filtrare finemente in una coppetta da cocktail ghiacciata.

*Per il cordiale di orzo: tostare 120 g di orzo per 5 minuti, quindi aggiungere 600 ml di acqua e lavorare con il Bimby impostando a 50 gradi, per 15 minuti a velocità 1. Filtrare, misurare e aggiungere una quantità uguale di acqua di cocco, quindi mescolare il liquido con zucchero in proporzioni 1: 1. Aggiungere 25 g di scorza di pompelmo e 25 g di scorza di limone e lasciare riposare per una notte.

pen è il posto dove andare.

Dove vedere Street Art?

È tutto nella zona chiamata Nørrebro. Qui trovi qualsiasi cosa, dai graffiti ai cartoni animati, si tengono anche piccoli concerti e vi sono dei pop-up bar.

Qual è un'area che definisce veramente Copenaghen?

Non esiste un'area che definisca davvero la città. Copenaghen con i suoi parchi, il suo mare, rimane così piccola che puoi davvero vedere tutto in un paio di giorni, e dovresti. Certo, devi vedere Freetown Christiania ma devi visitare il centro cittadino con le sue belle case antiche. Poi Nørrebro che è leggermente più etnica e Vesterbro, la zona più movimentata.

Qual è una cosa che bisogna assolutamente fare quando si visita Copenaghen?

Mangiare un panino in un ottimo ristorante, non turistico, accompagnato da una birra con akvavit a parte. Questo rito dovrebbe essere per consumato per legge, per qualsiasi turista che viene qui. Il ristorante Gammel Mønt, al 41 Gammel Mønt, è un'ottima scelta.

MISCELARE CON BLACK TEARS – LO STILE DANESE

«Black Tears per me è il vero sapore di Cuba», dice Hovind. «Ma volevo aggiungere qualcosa di nordico. Secondo me una spezia che manca sempre nei Rum speziati è il cumino, tipica sapore nordico presente nell'Akvavit. Ho sempre notato che il cumino funziona bene con il Rum e ne ho tratto ispirazione. Combinato con l'orzo danese tostato offre un sapore simile a un pane di segale speziato, impreziosito dalle noti fresche del lime».

Theodora Sutcliffe



—
PURO
DISTILLATO
DI 34 ERBE
—



CACHACA SETE ENGENHOS

Nel 1661 il Portogallo colonialista sovraccaricò di tasse la produzione e vendita di Cachaca in Brasile per favorire il consumo di Bagaceira, il distillato di vinacce portoghese. Questa vicenda provocò l'inevitabile rivolta di produttori e commercianti brasiliani che non furono miti nelle loro rivendicazioni. Il 13 settembre di quello stesso anno fu ufficialmente riconosciuta la commercializzazione del distillato nazionale brasiliano.

Tra coloro che protestarono contro le decisioni della corona portoghese vi era

Luiz de Barcelos Machado, fondatore di Engenho Sao Miguel Cachaca. Tra gli antenati di Luix Barcelos Machado figura Haroldo Carneiro da Silva, la cui famiglia è parte della storia brasiliana essendo tra coloro che parteciparono alla fondazione della città di Rio de Janeiro, il 1 marzo 1565, con il cavaliere portoghese Estacio de Sa.

All'epoca la canna da zucchero era la fortuna dei proprietari terrieri del nord di Rio de Janeiro ed è in questo contesto che Haroldo Carneiro da Silva prima, i suoi successori dopo, intrapresero la



BRASILE
QUI SOPRA
ENGENHO
CENTRAL.
A SINISTRA,
CASA DE
QUISSAMA.

coltivazione della canna e la produzione di Cachaça e zucchero sull'Ilha dos Sete Engenhos, poi divenuta Ilha do Governador.

Alla fine del 1600 la famiglia Barcelos scambiò le terre di Ilha dos Sete Engenhos con una proprietà terriera nei dintorni di Quissamã, un comune nel nord dello stato di Rio. Intorno al 1770 Ana Barcelos Coutinho, una degli eredi, sposa Manoel Carneiro da Silva, fondatore del primo mulino da zucchero di Quissamã. Nel XIX secolo, dopo l'arrivo del re João VI a Rio de Janeiro nel 1808,



TENUTE

A DESTRA,
SULLA PRIMA
RIGA,
MACHADINHA E
MANDIQUERA.
IN BASSO,
MELO E MONTE
CEDRO.



lo zucchero acquisì un nuovo impulso e Quissamã conobbe il suo splendore.

Gli eredi di Manoel Carneiro da Silva fondarono sette mulini per la produzione di zucchero e Cachaça, tra cui Engenho São Miguel, nel 1858. Nel 1877 le attività dei sette mulini furono unificate per formare Engenho Central, un unico grande stabilimento, uno dei più grandi in America Latina, che sarebbe rimasto

in attività sino al 2002, anno della forte crisi economica dell'industria legata allo zucchero. Bisognerà attendere il 2010 perché la saga dei produttori di Cachaça São Miguel ricominci. Il merito è del discendente Haroldo Carneiro da Silva che rimodernò gli impianti produttivi portandoli a nuova vita.

Nel 2015 Cachaça São Miguel diventa Cachaça Sete Engenhos e viene rilau-

MEZCAL

LOS Siete MISTERIOS



Imported and distributed by

PALLINI

BEVI RESPONSABILMENTE



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
DEMERARA DISTILLERS LIMITED, GUYANA
PRODUCTO DE GUYANA PRODUCT OF GUYANA PRODUIT DE GUYANA



TENUTE
DA SINISTRA,
SANTA
FRANCISCA E
SAO MIGUEL.

sciata Sete Engennos Imperial, una Cachaca edizione commemorativa dei 450 anni della fondazione di Rio de Janeiro. Il logo del brand rappresenta la fenice, un uccello che risorge dalle proprie ceneri con forza raddoppiata.

L'Associazione dei Produttori di Cachaca di Rio de Janeiro (Apacerj) afferma che Rio è lo stato con il maggior numero di certificazioni di qualità della Cachaca (30% del totale). Lo stato è al 2° posto nelle esportazioni ed è il 7° in volume di produzione, secondo l'Istituto brasiliano della Cachaca.

La distilleria Sete Engennos produce cinque referenze di Cahaca ed è presente in Italia con due tipologie distribuite da Meregalli Spirits. Sete Engennos Cerejeira è una Cachaca premium distillata in pot still senza aggiunta alcuna di sostanze che non siano acqua e zucchero di canna. Questa Cachaca viene affinata per dodici mesi in botti del tipico legno Amburana, anche noto come Cerejeira da cui il nome.

Con i suoi 39° Sete Engennos Cerejeira, medaglia d'oro al Bruxelles World Contest nel 2013 e 2014 e ancora oro a



Underberg®

BEVI RESPONSABILMENTE



*the
bitter dose
for a perfect
Cocktail*

distribuito da onestigroup.com



Expo Cachaca di San Paulo nel 2013, si presenta alla vista limpida e cristallina. All'olfatto si percepiscono note di vaniglia e cannella che si fondono con ricordi di frutta secca, castagne, mandorle e noci. Al palato è fresca, con una leggera nota acidula che bilancia una seducente dolcezza erbacea.

Sete Engenhos Prata ha una gradazione alcolica un po' più sostenuta arrivando a 42°. Anch'essa perfettamente cristallina ha una complessità più pronunciata, sostenuta da un tenore alcolico più importante, con un corpo aromatico fondamentalmente spezia-

to, dolcezza, sensazioni di mineralità e freschezza vegetale derivanti dalla materia prima. Al palato è in equilibrio con l'olfatto, si percepisce un ricordo di sapidità, lievemente piccante. Nella sua maturazione il distillato effettua un passaggio in botti di Peanut-Bravo senza tuttavia subire una forte interferenza con il legno da cui la mancanza di colore acquisito in botte.

Entrambi i distillati si sposano bene con le tipicità gastronomiche brasiliane e si esaltano nella preparazione di Caipirinas. Le Cachaca Sete Engenhos sono tutte prodotte a Quissama.



MEREGALLI
Spirits



ORIGINE : AUSTRALIA 5A
DISTILLERIE : BEENLEIGH ARTISAN DI
Alc. 43% vol. CONT. 7
AFFINÉ EN FÛTS DE CHÊNE AU CHÂTEAU



ORIGINE : BELIZ
DISTILLERIE :
Alc. 41% v
AFFINÉ EN FÛTS

EXPLORATEUR DE SAVEURS. DRIM



Château du Breuil
EXPLORATEUR DE SAVEUR

RUM
EXPLORER
Château
du Breuil
ILLÉ EN FRANCE

RUM
EXPLORER
Château
du Breuil
PORTÉ & EMBOUTEILLÉ EN FRANCE

AGE :
2/3 ANS
TRAVELLERS DISTILLERS
ol. CONT. 70cl.
S DE CHÊNE AU CHÂTEAU DU BREUIL

ORIGINE :	TRINIDAD	AGE :	3/5 ANS
DISTILLERIE : ANGOSTURA DISTILLERS			
Alc. 41 % vol.	CONT. 70cl.		
AFFINÉ EN FÛTS DE CHÊNE AU CHÂTEAU DU BREUIL			

Bevi responsabilmente.

LIK QUALITY NOT QUANTITY.



Meregalli
eregalli.com

OLTRE GLI STEREOTIPI

“LE 100 RICETTE DEL PROSECCO”

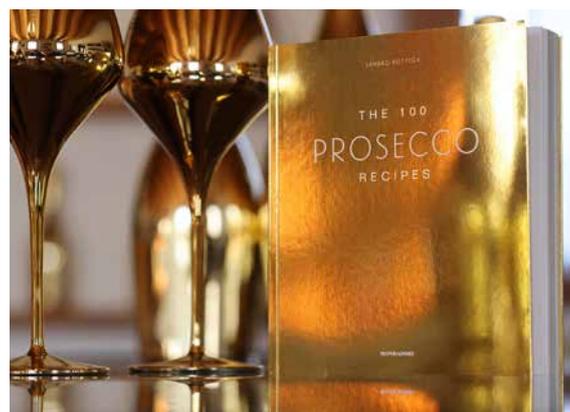
SANDRO BOTTEGA – MONDADORI – PAGG. 190 – EURO 18,90

Con i brand Alexander e Bottega distribuiti in oltre 140 paesi nel mondo, l'azienda vinicola e distilleria, gestita da Barbara, Sandro e Stefano Bottega, è leader nella produzione di pregiate Grappe monovitigno, vini e liquori rivolti ad un target di medio e alto livello. La gamma dei vini Bottega comprende tra gli altri Prosecco, Amaro, Ripasso, Brunello di Montalcino.

A dicembre 2020 è arrivato nelle librerie “Le 100 Ricette del Prosecco”, scritto da Sandro, un libro che trasporta il lettore tra le colline del Prosecco. È un invito alla scoperta delle tradizioni che legano questo vino alla gastronomia locale e a un territorio abitato da persone schiette e laboriose che ne hanno creato e preservato la cultura.

Il libro è un tributo che l'autore ha voluto rendere al patrimonio enogastronomico del territorio di cui è profondamente innamorato. Non solo, Bottega intende avvicinare il consumatore globale a un nuovo modo di interpretare il Prosecco. Questo è un messaggio rivolto in particolare al mercato estero, ancora fermo sullo stereotipo del Prosecco come vino da aperitivo piuttosto che come compagno ideale da sposare in gastronomia.

Con prefazione di Oscar Farinetti il libro inizia con la presentazione del vino e di alcune tipicità gastronomiche che la natura del territorio offre spontanea-



mente. Quindi una lunga serie di ricette che vanno dagli antipasti al dolce, tutte presentate dettagliatamente con dosaggi e procedimenti di esecuzione, preziose da storie e curiosità, bellissime foto e tutte con una comune costante: il perfetto abbinamento con il Prosecco.

L'autore esalta il territorio e il Prosecco di Valdobbiadene presentandolo in tutta la sua versatilità e non mancano le ricette di mixology che più hanno contribuito alla diffusione del Prosecco nel bartending, il Bellini e una elegante rivisitazione dello Spritz preparato con Limoncello.

Presentato anche con edizione in inglese il libro non mancherà di invitare il lettore a rivolgere nuova attenzione a un vino che con essenzialità e semplicità mostra una personalità sensibile ad abbinamenti ancora oggi sottovalutati in molte parti del mondo.

Alessandro Palanca

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.

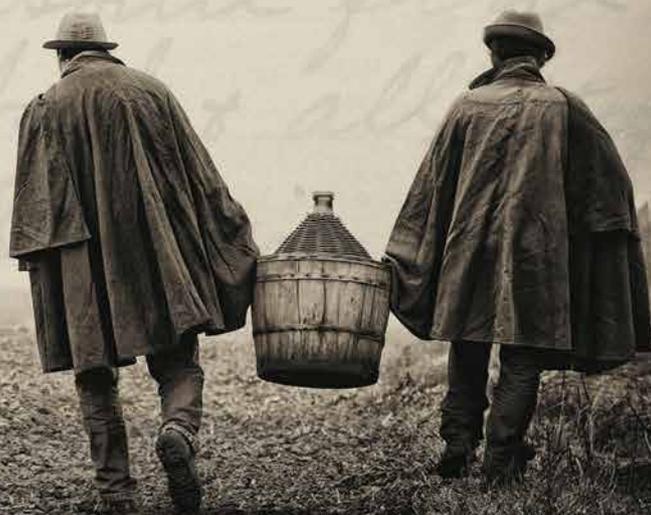
Oggi, dopo oltre cento anni, queste preziose ricette vengono riproposte in una nuova veste.

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.





ANCIENNE PHARMACIE

QUALITÀ AL SERVIZIO
DELLA CREATIVITÀ

Mixology Selection