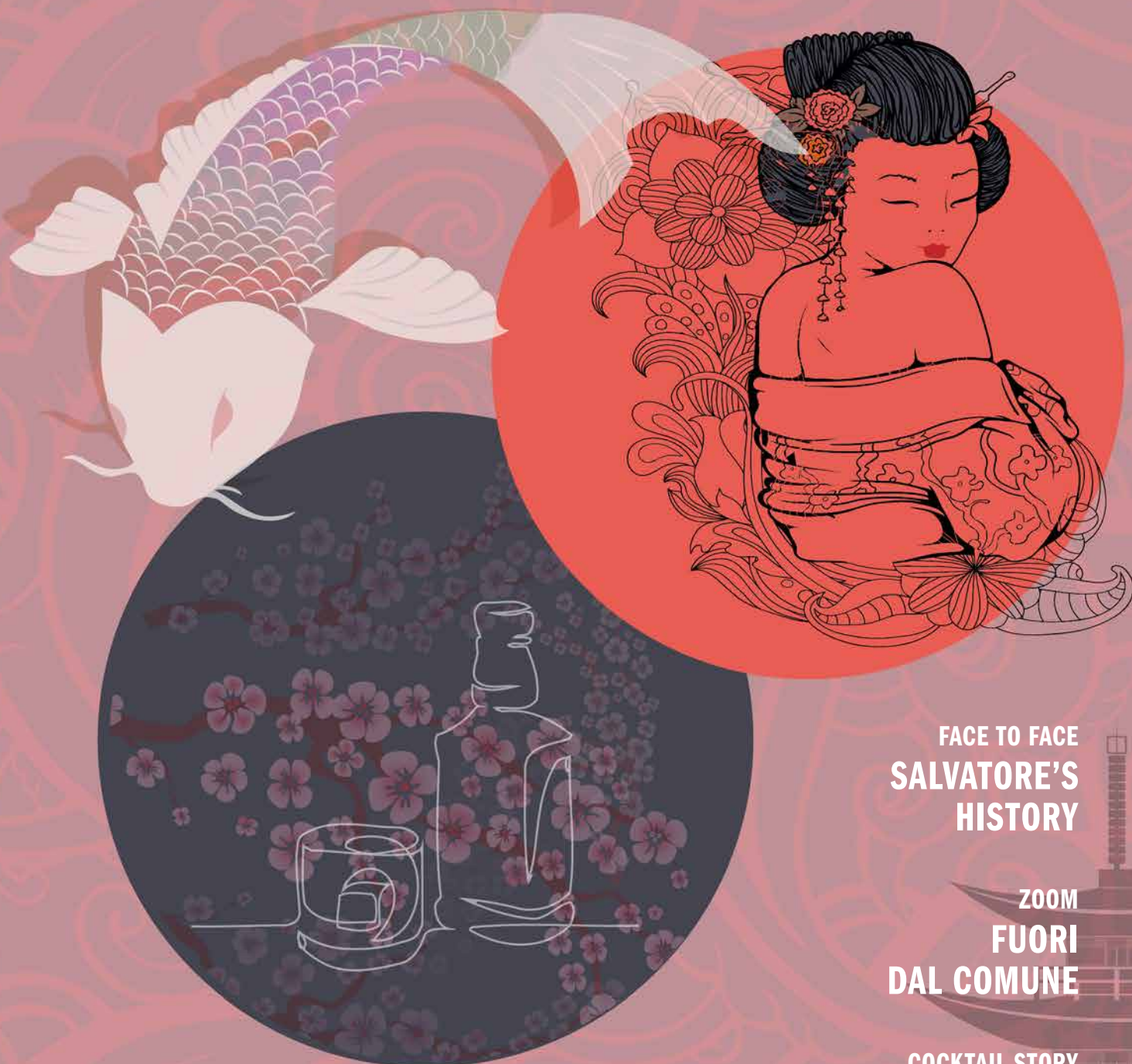


BarTales

ANNO VIII | N. 8 | APRILE 2021



FACE TO FACE
SALVATORE'S
HISTORY

ZOOM
FUORI
DAL COMUNE

COCKTAIL STORY
UN DRINK
SONTUOSO

HOT SPIRIT

JAPANESE WHISKY

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
STORIE STRAORDINARIE
- 6** **News** DAL MONDO
- 10** **Face To Face** di Melania Guida
SALVATORE'S HISTORY
- 16** **Hot Spirit/1** di Fabio Bacchi
JAPANESE WHISKY
- 36** **Liquid Story** di Antonella Paolino
DUE VOLTE CENTO
- 58** **Zoom/1** di Valentina Rizzi
FUORI DAL COMUNE
- 66** **Cocktail Story** di Luca Rapetti
UN DRINK SONTUOSO
- 76** **Hot Spiritz/2** di Alessandro Palanca
TRA ORIENTE E OCCIDENTE
- 88** **Report** di Alessandro Palanca
LA LEGGE DEL WHISKY
- 98** **Zoom/2** di Bastian Contrario
IL SACRIFICIO DELLE DONNE
- 106** **Trend** di Theodora Sutcliffe
AUCKLAND ADVENTURE
- 118** **Book Corner** di Alessandro Palanca
MENO ALCOL



10



16



36



58



66



76



88



98



106



ANNO VIII | N. 8 | APRILE 2021

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiozacchi@bartales.it)

GRAFICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Bastian Contrario, Alessandro Palanca,
Antonella Paolino, Luca Rapetti,
Valentina Rizzi, Theodora Sutcliffe**

EDIZIONE WEB A CURA DI

SkillLab srl

(consulenza@s-lab.it)

COPERTINA

Elaborazione grafica di **Sara De Marco**

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

IO SONO LA MIA STORIA

Sono l'intuizione di un visionario nella Milano del 1845.
Sono le ali spiegate di un'aquila che vola sul mondo.
Sono il coraggio di un'avventura senza tempo.

FERNET
INIMITABILE.



BRANCA®
COME TE.

Rum Malecon

THE RISING INTENSITY

FEEL YOURSELF
CHOOSE YOUR WAY



Producto original de Panamá.

BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

 @rummalecon



STORIE STRAORDINARIE

Al netto di qualche “gioiello” da record, lo Yamazaki 50 anni per intenderci, battuto all’asta per 343.000 dollari (cifra con la quale si compra una casa), la storia del Whisky giapponese è un’avventura (a pag.16) tutta da raccontare. Perché se è vero che il distillato del Sol Levante è oggi una delle tipologie più popolari al mondo, capace di conquistare cuori e palati dei Whisky lover di ogni dove, la produzione giapponese ha conosciuto alterne vicende, lunghi periodi difficili e feroci rivalità. La lotta tra Shinjiro Torii e Masataka Taketsuru, ovvero la competizione tra Suntory e Nikka che sono poi i due grandi brand di un’industria saldamente radicata e in continua evoluzione, alla base della crescita esponenziale di un distillato armonioso, nobile e pregiato. Che ha dovuto superare i limiti di un disciplinare in origine pressoché assente, necessario a regolarizzare i processi produttivi, prevenire illegalità e tutelare il consumatore. La buona notizia (a pag. 88) è che finalmente anche il Whisky giapponese una legge ce l’ha. In vigore proprio da questo mese. Una normativa che sgombra il campo dagli abusi e dalle contraffazioni. Un regolamento degno di una storia speciale. L’altra storia straordinaria è quella di Luxardo (a pag. 36). L’azienda padovana, tra le poche del suo genere interamente in mano alla famiglia del fondatore, festeggia 200 anni di attività. Un traguardo importante che sigla un’avventura segnata da coraggio, difficoltà, ostinazione e lungimiranza. Ieri come oggi. Tanto da rilanciare, dopo gli effetti nefasti della pandemia, con una speciale *release*, il Maraschino Perla Dry, un progetto di ampliamento della distilleria e l’apertura, prevista per il prossimo anno, del museo aziendale. Ecco, sono le storie che ci piace raccontare.



ESOTICO E SPEZIATO

Il nuovo Havana Club Cuban Spiced (35% ABV) ha una base di Rum cubano al 100% arricchito da sapori esotici e spezie calde. Punta a coinvolgere millennial e consumatori della generazione “z” a “esplorare sapori alternativi e accessibili”. Per Anne Martin, direttore marketing globale presso Havana Club International, il concetto alla base di Havana Club Cuban Spiced era quello di creare un prodotto che attirasse un pubblico crescente di fan dei Rum speziati. Lo spirito ha un profilo bilanciato, tropicale al naso, dolce al palato con un finale di spezie in cui emergono noce moscata e cardamomo. Per un tocco deliziosamente caldo.



ISLAY RUM

L'imbottigliatore indipendente Vintage Malt Whisky Company e The High Road Rum Company si accingono ad aprire una distilleria di Rum sull'isola scozzese di Islay. Sede del nuovo impianto sarà l'ex Hastie's Lemonade Factory e Dunn's Depot a Port Ellen. L'attività sarà gestita da Ben Inglis, di The High Road Rum Company, che ha sviluppato la propria ricetta di Rum da diversi anni, e inizialmente finanziata da Vintage Malt, che fornirà anche supporto amministrativo, commerciale e marketing. Vintage Malt Whisky produce distillati su Islay da 28 anni, tra cui il brand single malt Finlaggan, che prende il nome dalla famosa casa di Islay dei Lords of the Isles.



READY TO DRINK

Anche il brand canadese di proprietà Diageo lancia una linea in lattina ready-to-drink (RTD) che comprende: Washington Apple, Whisky and Cola e Peach Tea. Ogni referenza ha un grado alcolico del 7% e si consiglia di servire fresca. Washington Apple combina il Whisky Crown Royal con aromi di mela e mirtillo rosso frizzante, mentre il Peach Tea è una miscela di Crown Royal, aroma di pesca e tè preparato. Il lancio della nuova gamma colma il divario tra “fedeli fan del whisky e appassionati di cocktail”.

ABSOLUT ANGURIA

Secondo Pernod Ricard, la domanda di bevande alcoliche al gusto di anguria, su base annua, è cresciuta del 63%, che le ricerche su Google di “cocktail all’anguria” sono aumentate del 194% da luglio 2019 e che l’anguria è tra i primi cinque profili di gusto preferiti dalla generazione Z. Imbottigliato al 38% di alcol, Absolut Watermelon si presenta “fresco e fruttato, con una dolcezza naturale”, è consigliato nel mix con limonata o in uno Spritz e contiene meno di 99 calorie per porzione. Già disponibile nel Regno Unito Absolut Watermelon ha l’ambizione di diventare una bevanda cult della prossima estate.



STAR & WHISKEY

L’attore di Jamie Foxx, star di Django Unchained ha acquisito la proprietà del brand BSB-Brown Sugar Bourbon Whiskey. Foxx curerà personalmente la direzione creativa del brand e metterà a disposizione la sua esperienza di imprenditore per far crescere BSB. “Fare ciò che piace” è la regola della sua vita, ha confessato l’attore che ha conosciuto il brand durante una festa organizzata in suo onore prima della quarantena, e siccome «possedere un brand di Whiskey di cui innamorarsi è sempre stato un mio obiettivo» ha colto al volo l’occasione. BSB è stata fondata nello stato di Washington nel 2015 ed è attualmente disponibile in tutti gli Stati Uniti. Disponibile nella versione classica e nella release BSB 103.



BIO E IN LATTINA

È la nuova formula del vino per conquistare il mercato dei più giovani. Dopo i cocktail già pronti all’uso, sugli scaffali dei supermercati fanno capolino lattine in alluminio con vini facili, di bassa gradazione e più economiche della bottiglia. Le propone Zai, giovane cantina veronese dall’impronta vegana e biologica, con una linea di sei “canned wine” in linea con le nuove tendenze nord-americane e nord-europee.

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE
— ITALIAN HERITAGE —

*Vermouth Chinato
Del Professore*

AMERICANO 1920

4 cl Vermouth Chinato Del Professore,
4 cl Bitter Del Professore,
Soda ghiacciata a piacere.

Versare in un bicchiere
Old Fashioned con ghiaccio,
mescolare, guarnire
con zest di limone e d'arancia.

Erbe e Spezie Principali

Assenzio, Vaniglia, China,
Arancia, Coriandolo.



Tradition, terroir, people

delprofessore.it

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE
— ITALIAN HERITAGE —

*Aperitivo
Del Professore*

APERITIVO AND TONIC

4 cl Aperitivo Del Professore,
2 dash limone
15 cl indian tonic water
zest di limone e d'arancia.

Versare in un bicchiere
Collins con ghiaccio,
mescolare, guarnire
con zest di limone e d'arancia.

Erbe e Spezie Principali

Mandarino, Limone,
Genziana, Sambuco.



Tradition, terroir, people

delprofessore.it

SALVATORE'S HISTORY

Confessioni del barman italiano più famoso al mondo

DI **MELANIA GUIDA**

Quando mi racconta degli inizi, dei suoi 11 anni con il grembiule bianco davanti alla macchina del caffè, me lo immagino così Salvatore Calabrese come quel bambino accanto al bancone di un bar in quella fotografia del secolo scorso che ha fatto il giro del web.

Maiori, 1966. «Era estate – ricorda il Maestro, star indiscussa del bartending internazionale – e a mio padre venne in

mente di trovarmi un lavoretto, così per non farmi stare per strada. Approdai all'Hotel Reginna, reparto caffetteria». Un po' presto per cominciare... «Altri tempi. La giornata cominciava alle 6 con il taglio delle fette di pane per la colazione degli ospiti. Tutte uguali, stesso spessore. Rigore maniacale».

Un dettaglio fondamentale per la vocazione futura. «Alle 8 portavo il caffè allo chef. Chef Alfonso, si chiamava. Non mi guardava mai negli occhi. Un giorno entrai e vidi che stava pulendo un pesce grande come me. Buongiorno chef, dissi come al solito, sorridendo. Per tutta risposta, lui mi buttò il pesce addosso. Caddi per terra con il tonno in faccia». Che era successo? «Nulla. Semplicemente, lo capii dopo, non tutti vogliono il sole. A chef Alfonso il sorriso e il buongiorno, evidentemente, quel giorno non erano graditi. La lezione fu chiara ed essenziale: è fondamentale capire bene chi hai davanti. E quello che davvero vuole. Che è poi il segreto dell'ospitalità». E di un bar di successo. «Certo. Il bar è teatro. Più ci atteggiavamo più la gente viene da noi. Bisogna stare solo attenti al diavolo». Il diavolo? «L'alcol. Quello è il demonio da cui guardarsi».

Il tuo primo cocktail? «A 12 anni. Feci

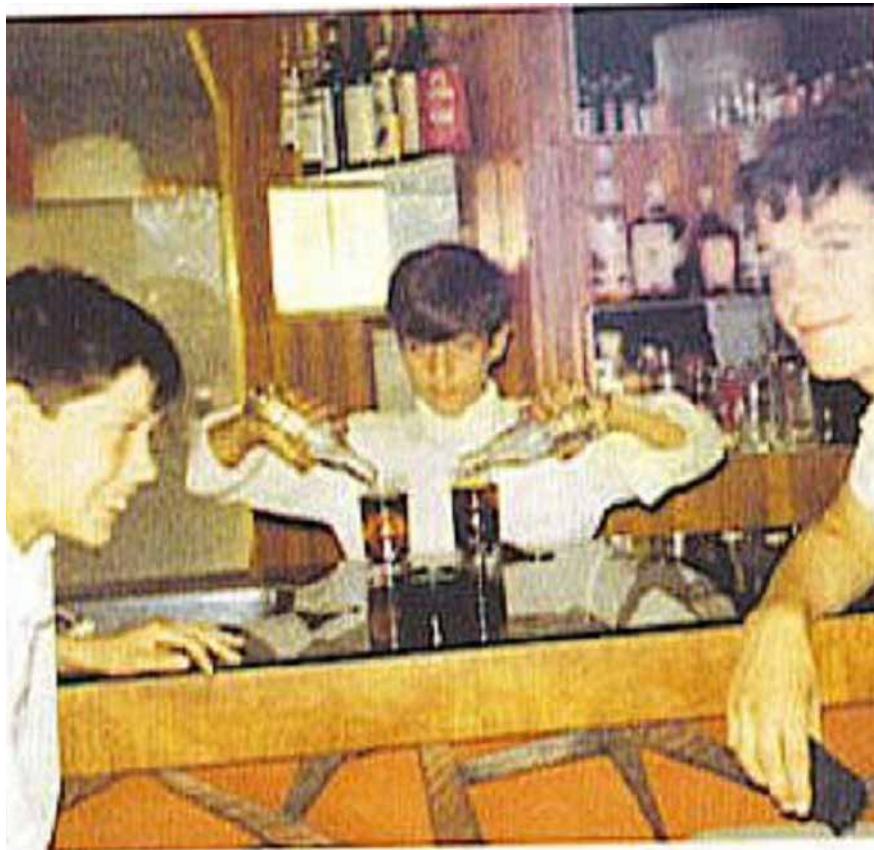


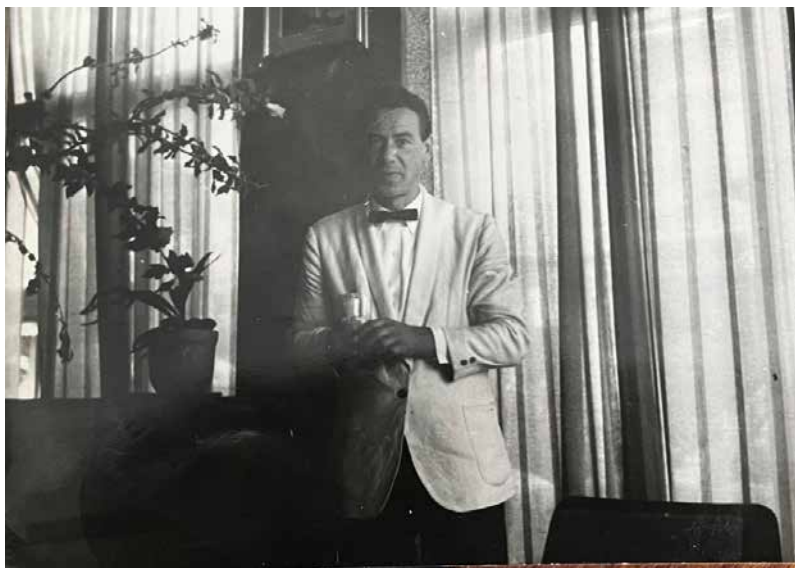


il mio primo Negroni». Così, da solo? «Sì. In realtà davo una mano a don Raffaello, il barman dell'hotel. Che era un instancabile, irredimibile donnaiolo. Un pomeriggio stava intrattenendosi amabilmente con due signore. Arrivò un cliente che era solito bere il Negroni e per non disturbare don Raffaello mi misi subito all'opera. Don Raffaello se ne accorse, agguantò il Negroni, lo assaggiò e mi diede una sberla. Altra lezione».

Qual è la differenza tra il bartending della tua generazione e quella di oggi? «Il bartending coniuga l'arte della miscelazione con quella dell'ospitalità. Se unisci le due mani sei un grande. Oggi le mani sono per lo più staccate. Si privilegia la miscelazione a scapito dell'ospitalità».

Hai inventato "Liquid History", l'arte di





preparare un cocktail utilizzando prodotti d'epoca e il tuo "Salvatore's Legacy" è entrato nel Guinness World record come il cocktail più costoso al mondo. Come nasce la passione per i distillati antichi? «Quando mi trasferii in Inghilterra (in Costiera, mi ero innamorato di una ragazza inglese che è poi diventata mia moglie) iniziai a lavorare nel piccolo bar del "Dukes Hotel". C'erano solo sei tavoli e percepivo una percentuale sulle vendite. Come fare per incrementare i guadagni? Alle mie spalle c'era un quadro imponente con il ritratto del Duca, respiravo storia e

qualità. Assaggiare la storia: ecco l'idea. Vendere la storia attraverso il bicchiere. Assaporarla. Funzionò. Da 400 sterline a settimana riuscivo a guadagnarne fino a 10 mila. Mi appassionai. Ai Cognac, ai Whisky antichi. Scrissi "Cognac liquid history" e finii sul piedistallo».

Poi c'è la storia del Martini molto freddo e molto secco, assaggiato pure dalla regina. «Era il 1985. Un cliente americano veniva al bar due volte al giorno. Una verso le 12 e l'altra nel pomeriggio. Chiedeva sempre "un Martini molto freddo e molto secco". Ci misi 5 giorni per azzec-

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE
— ITALIAN HERITAGE —

*Bitter
Del Professore*

NEGRONI

3 cl Bitter Del Professore
3 cl Vermouth Rosso Del Professore
3 cl Gin Monsieur Del Professore
un tocco di soda ghiacciata.

Versare in un bicchiere
Old Fashioned pieno di ghiaccio,
mescolare, guarnire
con zest di limone e d'arancia.

Erbe e Spezie Principali

Arancia, Genziana, Ginepro,
Rabarbaro, Cannella.



Tradition, terroir, people

delprofessore.it

Underberg®

BEVI RESPONSABILMENTE



*the
bitter dose
for a perfect
Cocktail*

distribuito da onestigroup.com



care la formula giusta. Senza demordere, pensando sempre a come soddisfare al meglio il cliente. Credo che anche quello significhi ospitalità. Poi un giorno passò un tizio che era un giornalista molto famoso che scrisse di aver bevuto il Martini più buono al mondo. Scattò il passaparola. Pure la regina volle assaggiarlo. E così nacque una tradizione».

Cosa pensi delle collaborazioni sempre più frequenti tra bartender e industry? «C'è sempre stata collaborazione con i grandi gruppi come Diageo e Bacardi, per esempio. Del resto con Diageo ho creato "World Class". La industry si è resa conto che il bar è una finestra internazionale, è la vetrina. Indispensabile».

Ma è vero che Steve Wonder ha sempre con sé la tua ricetta di "Champagne Wonder"? «Assolutamente. E quando ci

vediamo mi chiede solo quella. Gli piacciono i sapori morbidi e dolci».

Consigli per un giovane apprendista? «Non smettere mai di imparare. Non essere arroganti e mantenere sempre una buona dose di umiltà. Essere come una spugna in grado di assorbire tutto. Ed essere bravi, ovviamente. Consapevoli che è il barman che fa il bar».

Progetti futuri? «Un nuovo bar in Sicilia a Villa Igea. Apriremo tra fine maggio e giugno».

Come sarà il post- pandemia? «Penso agli anni Venti. La gente non doveva bere e proprio per questo beveva di più. Ci sarà un'esplosione di gioia, di vitalità. Tutti vorremo sentirci di nuovo umani. E dove se non al bar che è il luogo della socialità?».

Melania Guida

JAPANESE WHISKY

Equilibrio e armonia
segnano l'ascesa
di un distillato nobile e pregiato
Molto trendy

DI FABIO BACCHI



Dalla magnificenza della natura del Paese del Sol Levante e dalle declinazioni delle sue stagioni, dalla purezza delle sue sorgenti d'acqua, dalle mani e dal cuore dei suoi migliori artigiani, nasce un distillato che in pochi anni ha saputo conquistare i cuori e i palati dei Whisky lover di tutto il mondo. Un Whisky nato alla maniera giapponese, che cerca di parlare all'anima e risvegliare i sensi, senza mai porsi in antitesi con i suoi nobili cugini scozzesi.

I moderni Japan Whisky cercano di in-

carnare l'armonia che esiste tra la natura giapponese e il suo popolo. In Giappone la natura è il "luogo dell'anima", la principale fonte di ispirazione spirituale. La sua ricchezza e la sua diversità, con le quali i giapponesi si sentono tutt'uno, sono linee guida.

Chiamando a condividere un manifesto comune, il recente disciplinare di produzione del Whisky *made in Japan*, consacra la personalità di un distillato che sta divenendo iconico. Il rispetto speciale che i giapponesi hanno per la natura li porta

PERSONAGGI

DA SINISTRA
SHINJIRO TORII
E MASATAKA
TAKETSURA.





a credere che spiriti senza nome, denominati “otto milioni di dei”, risiedano in ogni ciottolo, goccia di pioggia e seme. In ogni vero Whisky giapponese vive una sensibilità unica per la natura. Per questi motivi in molti sostengono che sia il clima, insieme allo stile di vita nipponico, a creare il gusto caratteristico dei Whisky locali.

Oggi l'industria del Whisky in Giappone è radicata e in continua evoluzione. La sua storia avvincente e intricata legata alle vicende di Shinjiro Torii e Masataka Taketsuru, di cui ci siamo già occupati, coinvolge due colossi del beverage come Suntory e Nikka, due dei più grandi marchi di Whisky giapponese.

Per tanti anni il Whisky prodotto in Giappone è stato destinato al consumo interno. All'inizio del 2000 la sua scoperta da parte di tutto il mondo e la nascita di una vera mania, un fenomeno che si è sviluppato al punto di prosciugare le scorte accumulate dai distillatori.

La rassegna che segue non potrebbe mai esaurire la vasta gamma di qualità



del Whisky made in Japan. Abbiamo volutamente ommesso alcuni dei più conosciuti brand di settore, preferendo referenze meno note che rappresentano un importante spaccato della interessante offerta presente nel nostro paese.

AKASHI-TAI

La famiglia Yonezawa, fondatrice anche di Akashi-Tai Sake, inizia a distillare Shochu nel 1917. Nel 2017 l'azienda si è profondamente rinnovata sostituendo il vecchio alambicco a colonna con un alambicco twin-pot prodotto dalla famosa Forsyth's in Scozia, storica azienda produttrice di alambicchi. Il nome Kaikyo deriva dal famoso ponte Akashi-Kaikyo, il ponte sospeso più lungo del mondo,

che collega la città di Kobe all'isola Awaji passando al di sopra dello stretto di Akashi. Sebbene i Single Malt distillati dal nuovo alambicco non siano ancora pronti, gli appassionati possono gustare la linea Hatokazi, dedicata all'antico faro del porto di Akashi che dal 1620 guida le navi. Akashi è distribuito in Italia da Ghilardi Selezioni.

HATOZAKI BLENDED WHISKY

Origine: Prefettura di Hyogo, Giappone

Tipologia: Blended Japanese Whisky

Materia prima: grano e orzo maltato

Botte: ex-Bourbon

Invecchiamento: non dichiarato

Note: premium blend di Whisky di malto e grano invecchiati fino a 12 anni e affinati in diverse tipologie di botti. Un Whisky facile da bere, elegante, con delicate note di cereali, gelsomino e violetta. Si può gustare liscio, con ghiaccio o in un Japanese Highball con Soda.

ABV: 40%

HATOZAKI PURE MALT WHISKY

Origine: Prefettura di Hyogo

Tipologia: Malt Japanese Whisky

Materia prima: 100% orzo maltato

Botte: ex-Bourbon ed ex-Sherry

Invecchiamento: non dichiarato

Note: Hatozaki pure malt Whisky è prodotto dall'assemblaggio di malti invecchiati in tre differenti botti: ex-Bourbon, ex-Sherry e in barrique prodotte con il pregiato legno Mizunara (quercia tipica giapponese).

L'invecchiamento in Mizunara conferisce al distillato particolari note di legno di sandalo e incenso. Al naso è ricco con note di frutta secca, cereali dolci, miele, incenso e sandalo.

ABV: 46%



CANAÏMA

SMALL BATCH GIN



BORN IN THE AMAZON

#COMPDEICARAIBI #CANAÏMAGIN

IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI • WWW.COMPAGNIADEICARAIBI.COM • BEVI CANAÏMA GIN RESPONSABILMENTE

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 botaniche 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 ammaliare i palati più raffinati ed esigenti.



emporiagin.it

HELIOS DISTILLERY

Situata nella città di Nago, area nord occidentale della rigogliosa Okinawa, Helios Distillery è stata fondata nel 1961 con il nome Taiyou, otto anni più tardi acquisì il nome attuale. Inizialmente produceva Rum dalla locale canna da zucchero e alla sua guida vi è ancora il fondatore Tadashi Matsuda. Qualche decennio dopo ottenne i permessi per produrre Sake, altri distillati tra cui Awamori, lo spirito nazionale di Okinawa, e Whisky. Nel 1991 esordì con Kura che significa “magazzino”. Oggi Helios Distillery possiede anche uno stabilimento per produrre birra. Kura Wisky Rum Cask Finish matura in botti di rovere americano per almeno 3 anni, al quale segue un finish in botti ex-Rum che rilasciano note di frutta tropicale, vaniglia e alga marina.

La distilleria è molto attiva nella sostenibilità ambientale di cui Okinawa va fiera. Attenta nel riciclo dei materiali e nell'uso di fonti di energia rinnovabili, Helios si è dotata anche di impianti a pannelli solari e pale eoliche.

KURA RUM CASK FINISH WHISKY

Zona produttiva: Prefettura di Okinawa

Tipologia: Blended Japanese Whisky

Blend: Whisky da 3 a 18 anni

Botte: ex-Bourbon, ex-Rum

Invecchiamento: nd

Vista: ambrato brillante

Olfatto: erbaceo e floreale, note di mandorle pelate, arancia candita, mela verde, vaniglia, cereali, limone. Dolcezza leggera.

Palato: leggermente speziato, nota salina, caramello, alga, agrumi, cereali tostati

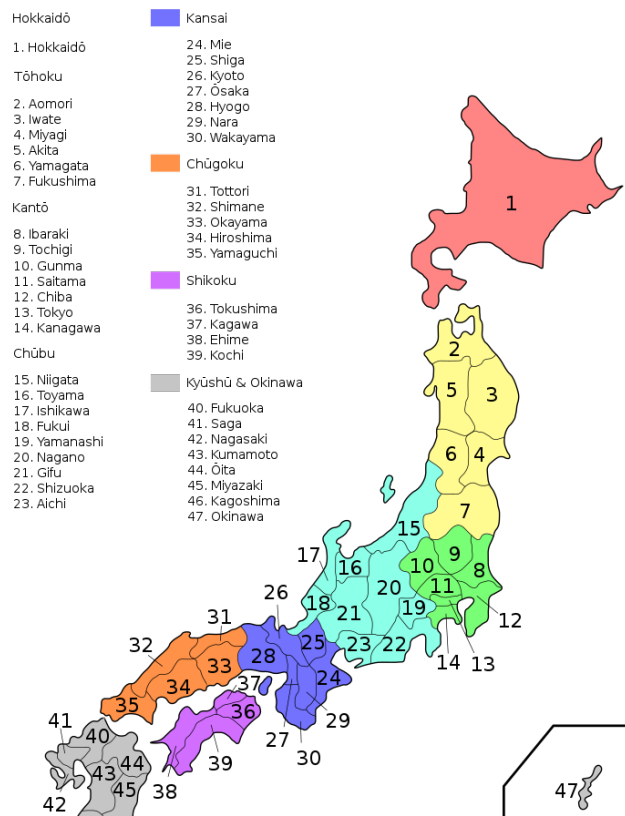
Finale: mediamente lungo e asciutto

ABV: 40%

Distribuito in Italia da Rinaldi 1957.



Regions and Prefectures of Japan





KIYOKAWA

Questo produttore indipendente presenta blended Whisky giapponesi realizzati in piccoli lotti con finiture artigianali

e carattere identitario. Kiyokawa Co Ltd è situata nella montuosa zona settentrionale della Prefettura di Nagano, confinante a nord con la Prefettura di Niigata. Questa zona del Giappone subisce inverni rigidi con forti nevicate e un caldo clima continentale in estate, una condizione eccezionale per l'invecchiamento in barile. Kiyokawa significa "chiaro fiume", produce con la missione di coniugare l'antica arte distillatoria giapponese a uno spirito moderno e progressista, cercando di rispettare la tradizione e l'ambiente, producendo Whisky che siano espressione del territorio.

Tra le produzioni di Kiyokawa troviamo il Kensei e il Nobushi, quest'ultimo distribuito in Italia da Onesti Group. Nobushi prende il nome da un ordine elitario di guerrieri discendenti dall'era feudale giapponese, il cui scopo era quello di proteggere villaggi indifesi. In realtà la parola è traducibile come "spirito di onore". Whisky di grande equilibrio, raffinato e vellutato, piacevolissimo e ben articolato negli aromi

NOBUSHI BLENDED WHISKY

Zona produttiva: Prefetture di Nagano, Kokkaido e Myagi

Tipologia: Blended Japanese Whisky

Blend: miscela di malto e grano

Botte: ex-Bourbon

Invecchiamento: nd

Vista: ambrato con riflessi dorati

Olfatto: al naso attacca con sentori floreali, spezie (cannella, noce moscata, fava Tonka), rovere e frutta secca

Palato: corposo, caramello e vaniglia, arancia, menta, uva sultanina, note di terra

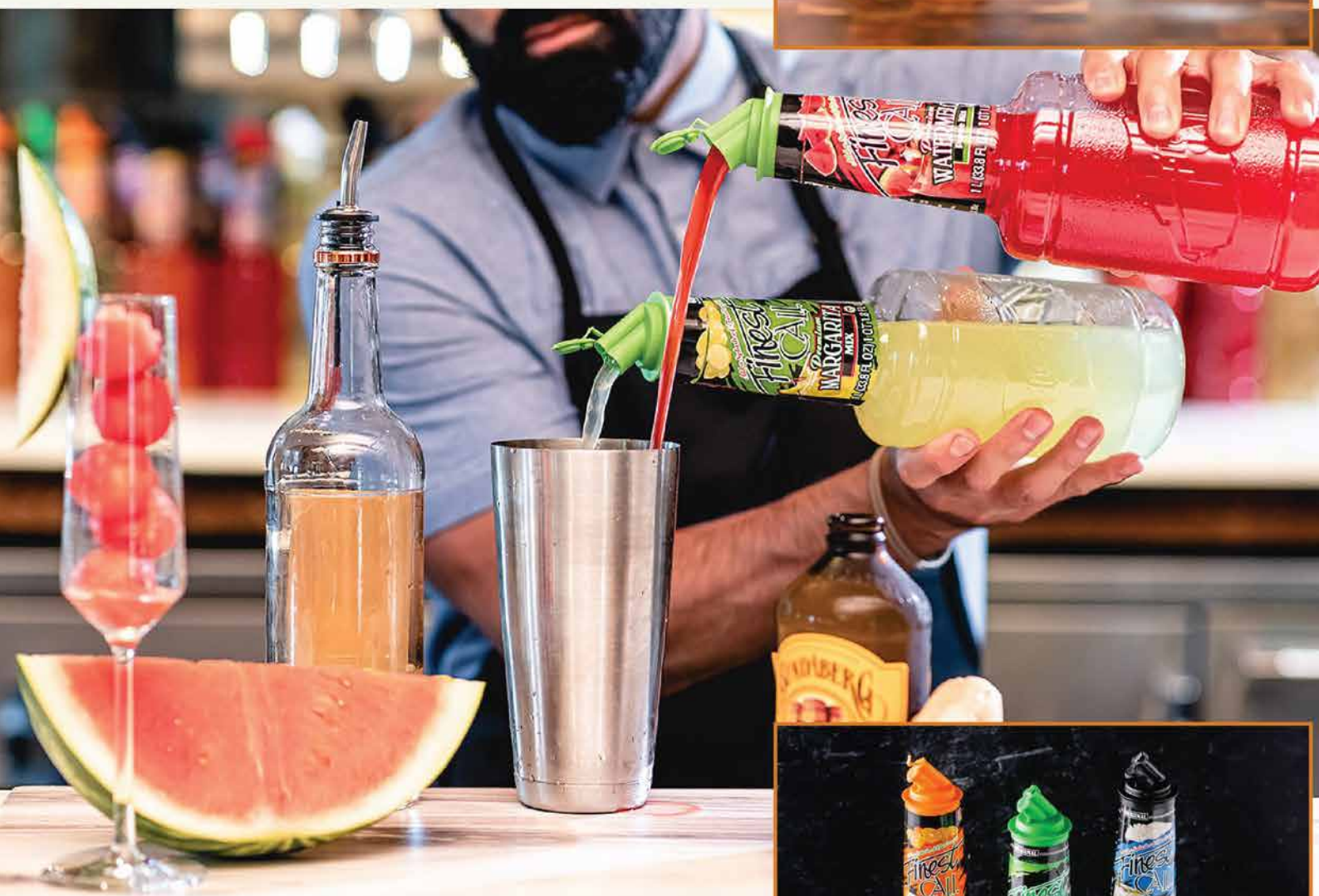
Finale: speziato di pepe, burroso

ABV: 40%



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
Cocktail Pro for more recipes and information





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



www.brunovanzan.com

SASANOKAWA SHUZO

Questa distilleria tradizionale di liquori giapponesi fondata nel 1765 con sede a Koriyama nella prefettura di Fukushima, è specializzata nella produzione di Sake e Shochu. La produzione di Whisky iniziò nel 1946 per fornire il distillato alle truppe americane di occupazione di stanza in Giappone. Il nome Yamazakura deriva dalle parole giapponesi Yama che significa “montagna” e Sakura che significa “ciliegi”. Lo Yamazakura Fine Blended è un blended Whisky invecchiato in botti ex-Bourbon composto da una miscela di single grain e single malt. Yamazakura Whisky è distribuito in Italia da Meregalli Spirits.

YAMAZAKURA BLENDED WHISKY

Zona Produttiva: Prefettura di Fukushima

Tipologia: Blended Japanese Whisky

Blend: 20% malto, 80% mais

Botte: ex-Bourbon

Invecchiamento: 16 anni

Vista: giallo ambra

Olfatto: intenso, con note di arancia e limone, cocco, pane tostato, spezie, vaniglia e liquirizia

Palato: morbido e setoso, complesso ed evolutivo, leggermente salmastro. Pera, vaniglia, creali e agrumi

Finale: lungo, setoso e persistente

ABV: 40%

SUNTORY

Shinjiro Torii, gestore di un piccolo negozio di vini dal quale si sarebbe originato Suntory, un colosso mondiale della spirit industry, nacque nel periodo Meiji 1868-1912, quando la cultura e la civiltà occidentale fluirono improvvisamente in Giappone. Quando decise di produrre il suo Whisky, Shinjiro Torii si ispirò al tradizio-

nale Whisky scozzese, ma immaginando un approccio giapponese, scegliendo un terreno e un clima completamente diversi da quelli della Scozia. La scelta cadde sulla regione di Yamazaki, alla periferia di Kyoto. È qui il luogo di origine del Whisky giapponese.

Nel 1972 fu fondata Chita, la terza distilleria del gruppo Suntory, specializzata nella produzione di grain Whisky. Questa distilleria situata nel porto di Nagoya è la più grande del Giappone, utilizza principalmente mais e produce tre tipi di grain Whisky con alambicchi a due, tre e anche a quattro passaggi in colonna, che originano prodotti di diversi caratteri.

The Chita è il nome del single grain Whisky più rappresentativo della produzione. The Toki, che significa “tempo”, è un blended grain Whisky che unisce le espressioni delle tre distillerie del gruppo Suntory: Chita per i grain e Yamazaki e Hakushu per i malt. A Shinjiro Torii si de-





ve anche la nascita del primo single malt giapponese nel 1929.

I Whisky Suntory sono distribuiti in Italia da Stock Spirits Group.

THE CHITA WHISKY

Zona produttiva: Nagoya- Prefettura di Aichi

Tipologia: Single Grain Japanese Whisky

Blend: single grain Whisky

Botte: mix di botti ex-Sherry, ex-Bourbon, ex-vino

Invecchiamento: nd

Vista: dorato brillante

Olfatto: crema catalana, rosa, spezie e miele

Palato: morbido e delicato, sensuale, miele, nota balsamica di menta

Finale: lungo e morbido, note speziate e legno di quercia

ABV: 43%

THE TOKI WHISKY

Zona produttiva: Prefetture di Hon-shu-Chubu

Tipologia: Blended Japanese Whisky

Blend: blended Whisky

Botte: nd

Invecchiamento: nd

Vista: oro pallido

Olfatto: eleganza e delicatezza, basilico, mela verde, miele, agrumi, erbe aromatiche e mandorle tostate

Palato: rotondo, morbido e piacevole, pompelmo, uva, menta, timo

Finale: delicatamente fresco, dolce e speziato, sul finale vaniglia, legno, pepe e zenzero

ABV: 43°

150 **VARNELLI**
1868-2018

SHALL
WE MIX?



www.varnelli.it

BEVI RESPONSABILMENTE



PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

www.pellegrinispa.net

f amaroeroico - @ amaroeroico - f Pellegrini Spa - @ pellegrinispa1904

BEVI RESPONSABILMENTE



TENJAKU

Tenjaku viene creato nella città di Fuefuki, situata nella parte orientale del bacino di Kofu. Guardando verso il monte Fuji rappresenta un luogo benedetto circondato da una natura sconfinata con foreste verdeggianti, splendidi frutteti, sorgenti termali e ruscelli cristallini. Il contenuto minerale moderato presente nell'acqua di questa zona, contribuisce alla realizzazione di un Whisky liscio e facile da bere, dal sapore equilibrato, con natura leggermente alcalina. L'ideogramma Tenjaku, rappresentato sulla bottiglia, è l'allodola (hibari), amatissimo araldo della primavera nell'est e nell'ovest. Come il canto lieve e armonioso di questo piccolo uccello, così il sapore di Tenjaku Whisky risulta piacevolmente puro e morbido. Whisky accuratamente selezionati e acqua di sorgente pura e naturale vengono sapientemente miscelati per creare

questo spirito distintivo, dal finale armonioso e squisitamente bilanciato. Tenjaku è distribuito in Italia da Meregalli Spirits.

TENJAKU BLENDED WHISKY

Zona produttiva: Prefettura di Yamana-shi

Tipologia: Blended Japanese Whisky

Blend: 84% di Whisky di cereali e dal 16% di Whisky di malto

Botte: ex-Bourbon

Invecchiamento: 3 anni

Vista: ambra chiaro

Olfatto: delicato accento fumoso. Note di vaniglia, floreale, cera d'api

Palato: attacco deciso. Morbido e rotondo, banana, crema pasticcera, arancia, pera, note di burro

Finale: leggermente speziato. Lungo, con cenni di quercia bianca e una sensazione di dolcezza

ABV: 40%



WHITE OAK DISTILLERY-EIGASHIMA

Questa distilleria fu fondata nel 1888 sull'isola di Honshu. Si distingue per una capacità produttiva molto bassa. Nel 1984 fu costruito un nuovo impianto di distillazione. Sino a questa data i prodotti della distilleria erano commercializzati solo all'interno dei confini nazionali del Giappone. La distilleria si accredita come la prima in Giappone ad avere avuto la licenza per la produzione di Whisky, seppur in piccolissime quantità, nel 1919. Collocata vicino al mare, con un clima ottimale, i Whisky godono delle migliori condizioni climatiche. Localizzata nella città di Akashi, White Oak Distillery è uno dei più importanti produttori giapponesi di Whisky di malto e oggi è di proprietà del gruppo Eigashima, noto per la produzione di Sake e Shochu. Tokinoka Black è una linea creata dalle sapienti mani del master blender Akito Ueda.

TOKINOKA BLACK SHERRY CASK WHISKY

Zona produttiva: Akashi-Prefettura di Hyogo

Tipologia: Blended Japanese Whisky

Blend: 50% single malt-50% single grain

Botte: quercia americana ex-Bourbon, quercia europea ex-Sherry PX, botti nuove di rovere. Finish finale di 6 mesi in botti ex-Sherry Oloroso

Invecchiamento: 3-8 anni

Vista: oro antico brillante

Olfatto: fruttato e speziato, note di ananas, mango e rovere tostato, zenzero, pepe nero e cannella

Palato: intenso, cremoso e persistente, in equilibrio con l'olfatto

Finale: lungo e persistente con note di vaniglia e miele

ABV: 50%

Distribuito in Italia da Compagnia dei Carai.



—
PURO
DISTILLATO
DI 34 ERBE
—

DRY GIN



MADE WITH DISTILLED SAKE SPIRIT

STIMULATE THE
UNEXPECTED



KAIKYO
DISTILLERY
海峡 蒸溜所



YOSHIRO SPIRITS

Questa distilleria si trova nell'antica città di Nara, regione Kansai, già capitale dell'antico Giappone, città ricca di antichi templi shintoisti risalenti all'VIII secolo che ne fecero una sacra capitale spirituale. Il santuario di Oomiwa a Nara è uno dei più antichi del Giappone ed è anche la divinità custode della produzione di Sake giapponese. Il termine Kamiki è la congiunzione delle parole "Kami" che significa "Dio" e "Iki" che sta per respiro. Insieme al Santuario Omiya ai piedi della montagna, il Monte Miwa è l'ambientazione di molti miti ed è la patria di divinità che sono state adorate fin dai tempi antichi. "Kamiki" (il respiro degli dei) omaggia il vento che soffiava dalla montagna sacra. Questo blended malt Whisky prodotto in small batch, non filtrato a freddo, ha la particolarità di essere il primo Whisky al mondo invecchiato in botti di Yoshino Sugi, il cedro giapponese, legno molto aromatico che sembra possedere capacità lenitive e utilizzato anche per la

costruzione dei templi sacri.

Altro prodotto è Kamiki Sakura, la versione premium di Kamiky Original, riservato a intenditori e per clientela selezionata. Kamiki Sakura Wood Finish è una edizione limitata che effettua un finish in botti di sakura, il ciliegio giapponese. Kamiki è distribuito in Italia da Rinaldi 1957.

KAMIKI BLENDED MALT WHISKY

Zona produttiva: Prefettura di Nara

Tipologia: Blended Japanese Whisky

Blend: blended malt Whisky

Botte: cedro giapponese

Invecchiamento: nd

Vista: ambra scuro

Olfatto: note di erica, miele, prugna giapponese, rovere, torba, sentori di sandalo e tè verde.

Palato: equilibrio e armonia, si percepiscono le note rilasciate dal cedro: sandalo, zenzero, incenso

Finale: lungo, persistente e bilanciato, pepe, vaniglia, menta

ABV: 48%



KENSEI

Con questo termine si definivano i samurai più elitari. Esperti in numerose arti marziali, sin da bambini venivano addestrati a combattere e morire per l'imperatore o per i propri compagni senza farsi domande. I Kensei indossavano armature pesanti e combattono impugnando la nodachi, una versione più lunga della katana in grado di eliminare i nemici con pochi

eleganti fendenti. Ispirandosi alla ricerca della perfezione di questi antichi nobili guerrieri, Kensei Distillery produce blend di pregiati Whisky giapponesi maturati in piccole botti di rovere nel piccolo villaggio di Kiyokawa situato tra Kanagawa e le montagne di Nagano. Kiyokawa, che non a caso significa "fiume puro", rivela l'importanza che l'acqua ha durante il processo di produzione di questo distillato in cui si riflettono armonia ed equilibrio. Kensei Whisky è importato in Italia da Compagnia dei Caraibi.

KENSEI BLENDED WHISKY

Zona produttiva: Prefettura di Kanagawa

Tipologia: blended Japanese Whisky

Blend: grain Whisky

Botte: rovere americano

Invecchiamento: 3-4 anni

Vista: oro brillante

Olfatto: piacevoli e delicati profumi fruttati, miele e spezie dolci, fiori appena tagliati, rovere

Palato: morbido e cremoso, elegante e avvolgente

Finale: lungo, caldo e fruttato

ABV: 40%

Fabio Bacchi



Scopri il progetto.



Bevi responsabilmente.



DUE VOLTE CENTO

La storia di un brand iconico che festeggia due secoli di successi. Con il Maraschino Perla Dry, in edizione limitata

DI ANTONELLA PAOLINO

Nella seconda metà del '700 le attività più fiorenti di Santa Margherita Ligure erano la pesca, il commercio dei coralli e la fabbricazione di cordame e funi. In questo piccolo centro ligure che all'epoca contava circa 5.000 abitanti, il 29 settembre 1784 venne alla luce Girolamo Luxardo, il capostipite dei Luxardo del Maraschino. La vita di Girolamo Luxardo prima, e quella delle sue generazioni poi, sono

segnate dalle vicende storiche che hanno caratterizzato due secoli, "l'un contro l'altro armato".

Questa che vi raccontiamo è la sua storia e quella del suo brand, uno dei più iconici della spirit industry globale, che quest'anno celebra l'invidiabile traguardo dei 200 anni di vita: Luxardo 1821.

Undicesimo figlio di Bartolomeo e di Maria Francesca Novella, Girolamo fu così chiamato in onore del santo del suo



giorno di nascita. Economicamente salda e intraprendente, la famiglia Luxardo era ben calata nell'imprenditoria locale. Rimasto orfano di padre a soli sei anni, Girolamo crebbe con gli insegnamenti dei fratelli Andrea, primogenito, e soprattutto di Michelangelo con il quale avrebbe stretto un forte rapporto. La bassa statura, 1,47 metri, lo dispensò dal servizio di leva e nel 1806 sposò la 17enne marchesa Maria Canevari, di Genova.

Il primo contatto di Girolamo Luxardo con i liquori avvenne durante un suo viaggio di affari a Trieste. In questa città conobbe Giacomo Belletti, affermato produttore di diversi rosoli, che convinse Girolamo a commercializzare i suoi prodotti in Liguria. Questa operazione non fu molto felice, tuttavia Girolamo Luxardo non trascurava gli affari di cordami e funi per le marine e il commercio di coralli. In visita ad Ancona apprese che



in città arrivava il corallo dalmata e che si produceva un rosolio “all’uso di Zara”.

A 33 anni, nel 1817, Girolamo arriva a Zara, capitale della Dalmazia già confluita nell’impero asburgico dopo essere stata dominio della Repubblica di Venezia. Dopo quella prima visita per affari vi si sarebbe poi stabilito permanentemente con la famiglia che lo raggiunse nei primi mesi del 1821.

Nei dintorni di Zara vi erano 15 distillerie attive nella cui produzione vantavano un rosolio di marasca, ciliegia acida tipica del territorio. Tranne quelle di Francesco Drioli e Vlahov, delle quali abbiamo già parlato su BarTales, nessuna di queste vantava significativi successi commerciali. I prodotti erano distribuiti solo in città o nelle immediate vicinanze.

Cessate le guerre napoleoniche in Europa si era diffuso un clima di distensione. Convinto che il liquore dalmata poteva avere successo, Girolamo si dedicò al perfezionamento di una ricetta con il prezioso aiuto della moglie Maria. Raggiunto un risultato soddisfacente, ma ancora perfezionabile, Girolamo si dedicò alla commercializzazione del suo Maraschino. Il primo contratto di distribuzione fu concluso a Gorizia con un caffettiere locale. In sordina l’imprenditore ligure iniziava a costruire una nuova rete di relazioni commerciali.

Il 1823 fu un anno importante. L’11 giugno Girolamo ebbe l’ottavo figlio, di quindici, e il 1 luglio fu nominato Vice Console del Regno di Sardegna per la Dalmazia. Ormai la produzione Luxardo vantava diversi liquori, il suo Maraschino

STARLINO ARANCIONE



STARLINO SPRITZ
1 Parte Starlino Arancione
1 Parte Prosecco
1 parte Soda Water J.GASCO
Mezza fetta di arancia

SELEZIONE DI **HOTEL** DAL 1906
STARLINOTM
ARANCIONE
'APERITIVO'

SELEZIONE DI **HOTEL** DAL 1906

STARLINOTM



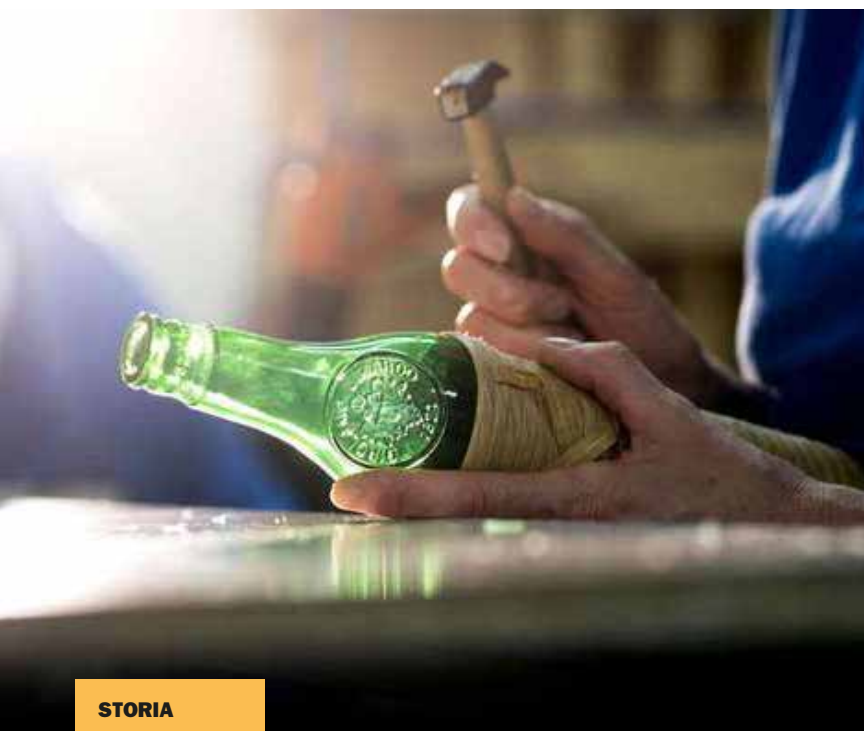
CASA
NOBLE®
Tequila

ORGANIC
WORLD-CLASS TEQUILA



TRIPLE DISTILLED | CERTIFIED ORGANIC | SMALL BATCH

IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI • WWW.COMPAGNIADEICARAIBI.COM • BEVI CASA NOBLE TEQUILA RESPONSABILMENTE



STORIA

IN ALTO A DESTRA, GIROLAMO LUXARDO, DIPINTO IN UN RITRATTO DEI SUOI 50 ANNI. QUI ACCANTO I DETTAGLI DELL'ETICHETTA ORIGINALE.



te, con il collo lungo e di colore verde azzurro prima, verde mare poi, protetta dall'impagliatura per evitare rotture durante i trasporti, il medaglione del privilegio imperiale al centro, l'aquila bicipite imperiale, etichetta bianca e capsula rossa. Il packaging Luxardo divenne uno standard anche per gli altri produttori, i

colori della bottiglia sarebbero divenuti un tributo di Luxardo al tricolore italiano.

Non mancarono le contraffazioni e l'invidia per il successo ottenuto. Quando Nicolò, figlio di Girolamo, succedette al padre escogitò lo stratagemma di etichettare le bottiglie con la "G" di Girolamo capovolta. Questo singolare



No.3
3
 DISTILLED IN HOLLAND
 TO A PROPRIETARY RECIPE CREATED BY
 BERRY BROS & RUDD
 JUNE 1914 - CITRUS - SPICE
 THE ULTIMATE GIN FOR THE MODERN COCKTAIL
 BERRY BROS & RUDD
 No. 3
 3-52
 No. 1
 METICULOUSLY
 DISTILLED IN A
 100 YEAR OLD
 BRICK ENGLAND
 No. 3 Gin
 is made in the
 Netherlands
 and is 40%
 made in Holland
 We open our
 bottles in
 Holland
 With just the
 original mix,
 we open our
 bottles in
 Holland
 The most
 delicious
 unique No. 3
 copper still
 original gin
 With the
 of the world's
 persistence
 has been
 No. 3. The
 far the
 or close
 can just

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

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

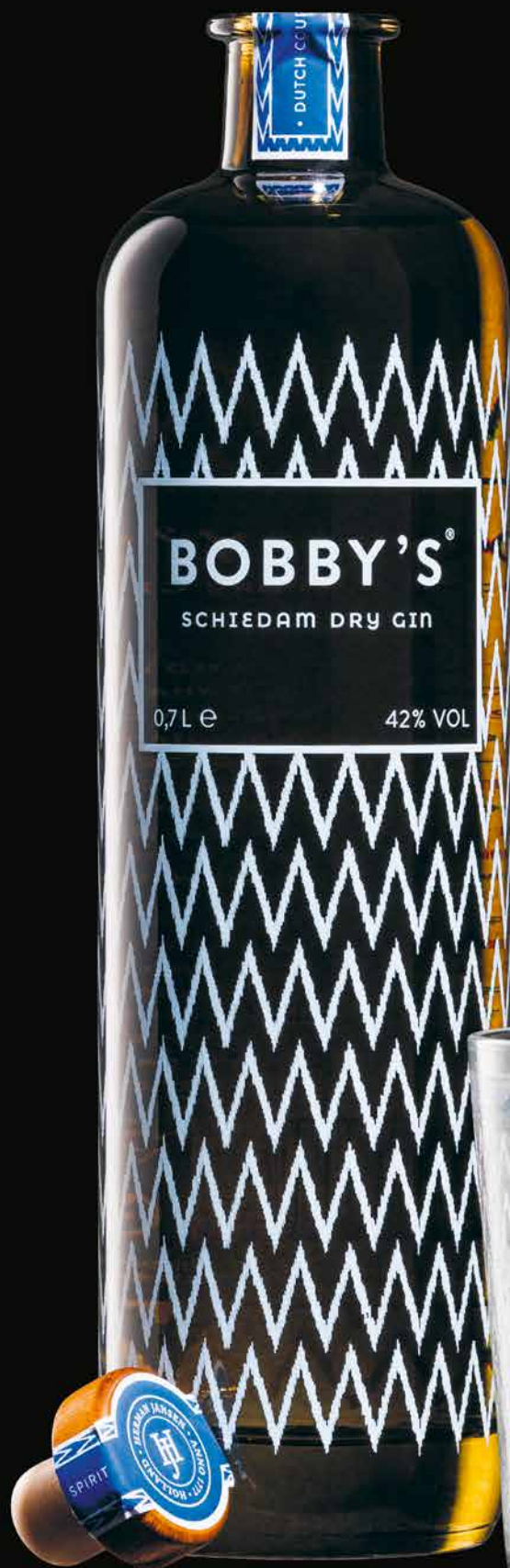


imported and distributed by

PALLINI

pallini.com

BEVI RESPONSABILMENTE



CORAGGIO OLANDESE SPIRITO INDONESIANO

ELETTO MIGLIOR GIN OLANDESE

Bevi Bobby's Gin responsabilmente

ONESTIGROUP
THE DISTRICT OF BEVERAGE

DISTRIBUITO DA
ONESTIGROUP.COM
@ONESTIGROUP



dettaglio che sfuggiva ai contraffattori è ancora oggi riportato in etichetta. Particolare scalpore suscitò la vicenda della ditta di Emilio Bouillon, un commerciante di liquori già cliente Luxardo, che era riuscito a entrare in possesso di una partita di etichette Luxardo con le quali contraffaceva altri prodotti.

Con ruoli diversi i figli di Girolamo partecipavano alla missione aziendale, ognuno apportando il suo contributo.

Il 7 maggio 1846 Girolamo perdeva la fedele compagna di una vita che tanto aveva contribuito alla ricetta del celebre liquore. Maria Canevari si spense a 57 anni. Nicolò I rappresentava la continuità della tradizione e prese le redini dell'azienda dal padre nel 1841. Sotto la sua guida Luxardo raggiunse i più prestigiosi mercati del mondo, raccolse numerosi premi e riconoscimenti, partecipò a fiere in ogni dove e non mancò di azioni filantropiche nei confronti della comunità dalmata.



GUERRA
IN ALTO UNA
FOTO DELLA
DISTILLERIA
BOMBARDATA.

Nell'aprile del 1875 Nicolò I e i figli Demetrio e Michelangelo, ricevettero in azienda l'Imperatore Francesco Giuseppe in visita in Dalmazia. E arrivò dunque il tempo di Michelangelo Luxardo. Il suo

impegno sociale fu importante. Aiutò le piccole imprese a liberarsi dall'usura, finanziò opere pubbliche, il suo impegno in fabbrica a contatto con gli operai lo spinse a migliorarne le condizioni, a Michelangelo si deve la costruzione nel 1912 del grande Palazzo Luxardo del Barcagno che domina il porto di Zara. In questo sontuoso edificio erano allocati magazzini, siti di produzione e residenze.

Alla fine della Grande Guerra, Fiume e la Dalmazia, che si erano proclamate italiane, non vennero concesse all'Italia. Il figlio di Michelangelo, Nicolò II, Demetrio II, Pietro e Giorgio, quarta generazione, subentrarono alla guida dell'azienda. Pietro Luxardo, dotato di grandi capacità imprenditoriali fu un fervido sostenitore del comandante Gabriele d'Annunzio e della sua avventurosa epopea con la Repubblica del Carnaro. Le vicende dalla Taverna dell'Ornitorinco dove Gabriele D'Annunzio riuniva il suo staff e consumava il Maraschino Luxardo, "puro come l'acqua di fonte", o il rosso ratafia di ciliegie, "l'unico sangue da me versato è questo liquore rosso come il sangue dei fieri morlacchi", da cui il nome Sangue



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.

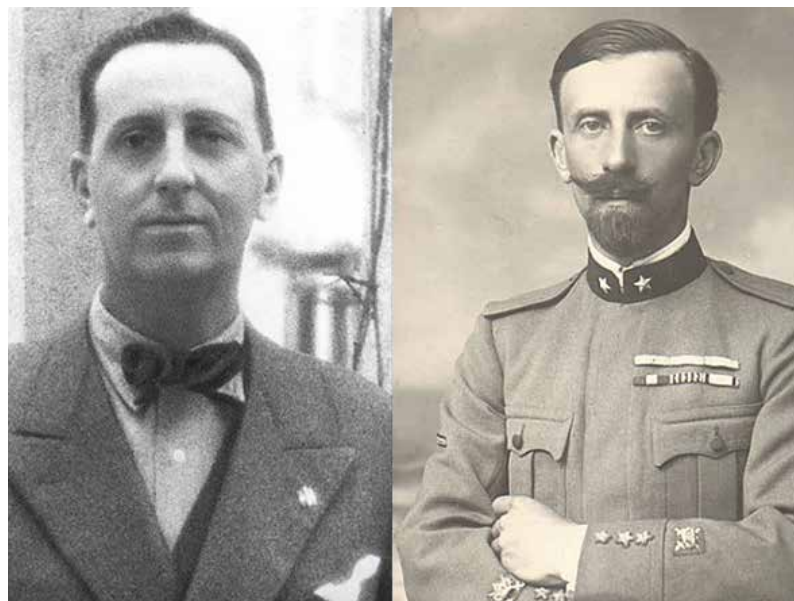
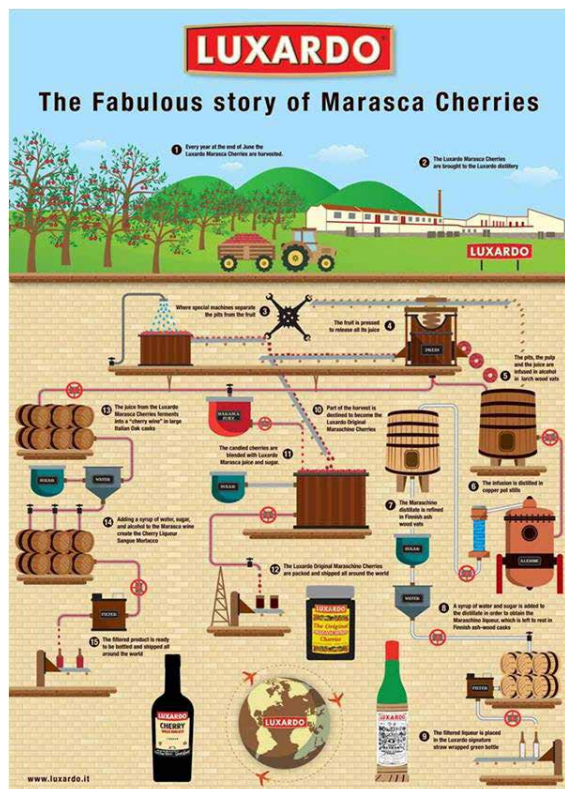
Da bere liscio,
con ghiaccio, miscelato.



BEVI RESPONSABILMENTE



J.GASCO
LEGENDARY ITALIAN DRINKS



LUXARDO

IN ALTO A DESTRA, PIETRO E NICOLÒ LUXARDO, MORTI NEL 1944 A ZARA. IN ALTO A SINISTRA UNA MAPPA DELLA PRODUZIONE. QUI SOPRA, STABILIMENTI LUXARDO A TORREGLIA.

Morlacco, etnia della Dalmazia, colorano il mito che contorna quel periodo.

Nel 1922 la città di Zara divenne la più piccola provincia italiana. Sotto la guida di Pietro Luxardo l'azienda conobbe ulteriori successi, la vicinanza dei Luxardo alla comunità zaratina era concreta e attiva in ogni campo, sociale, politico, culturale.

Durante la Seconda Guerra la città di Zara fu rasa al suolo da 54 giorni di bombardamenti indiscriminati. Dopo lo sbando dell'esercito italiano nel 1943 la città rimase alla mercé degli irregolari

titini, l'italianità della città fu orgogliosamente difesa da Pietro, Nicolò II e pochi altri. Dormendo in una baracca, con la fabbrica distrutta, il generoso Pietro Luxardo andava in bicicletta a cercare i dipendenti sopravvissuti per consegnare loro le liquidazioni. Sarebbe stato il suo ultimo impegno aziendale, prima che la famiglia fosse colpita dalla feroce epurazione titina, dalla deportazione e dalla tragica fine, così come raccontato nel libro "Dietro gli scogli di Zara".

Con estremo e crudele cinismo il 17 novembre 1944 i titini celebrarono un



LUXARDO

QUI SOPRA
PIERO
LUXARDO
FRANCHI,
PRESIDENTE
LUXARDO
1821.
A DESTRA, IL
PROCESSO DI
IMPAGLIATURA
DELLE
BOTTIGLIE.



processo farsa contro il già, da loro, assassinato Nicolò II. Tutte le proprietà materiali e intellettuali Luxardo furono sequestrate e mai più restituite, macchinari, documenti e oggetti rappresentanti la memoria storica aziendale irrimediabilmente distrutti o persi per sempre.

Ma se la storia dei Luxardo a Zara volgeva al termine, una nuova alba sarebbe iniziata in Italia. Infatti Giorgio Luxardo si era salvato dalle deportazioni e rientrò in Italia. Insieme al nipote Nicolò III sarebbe stato l'artefice della rinascita dell'azienda Luxardo in quel di Torreglia,



a Padova, dove oggi risiede. L'ambizioso progetto prese forma in quello che era stato il sito produttivo di un'altra azienda, su un terreno ideale per la coltivazione dei ciliegi da marasca che oggi si contano in alcune decine di migliaia.

Quindi tutto ricominciò da zero e il progetto imprenditoriale di Girolamo poteva continuare. L'epopea zaratina dei Luxardo è divenuta leggenda, oggi la sesta e la settima generazione Luxardo guidano l'iconica azienda con il solito esemplare successo.

Luxardo Maraschino è tra i dieci liquori al mondo preferiti dalla bartending industry e questa non ha mancato di chiedere all'azienda di sperimentare nuovi prodotti. Alla vasta gamma di liquori già prodotti, negli ultimi anni si è aggiunto il Bitter Bianco, è stata ripresentata l'antica ricetta di London Dry Gin di Girolamo a cui è stato affiancato il Sour Cherry Gin e le novità non sono finite.

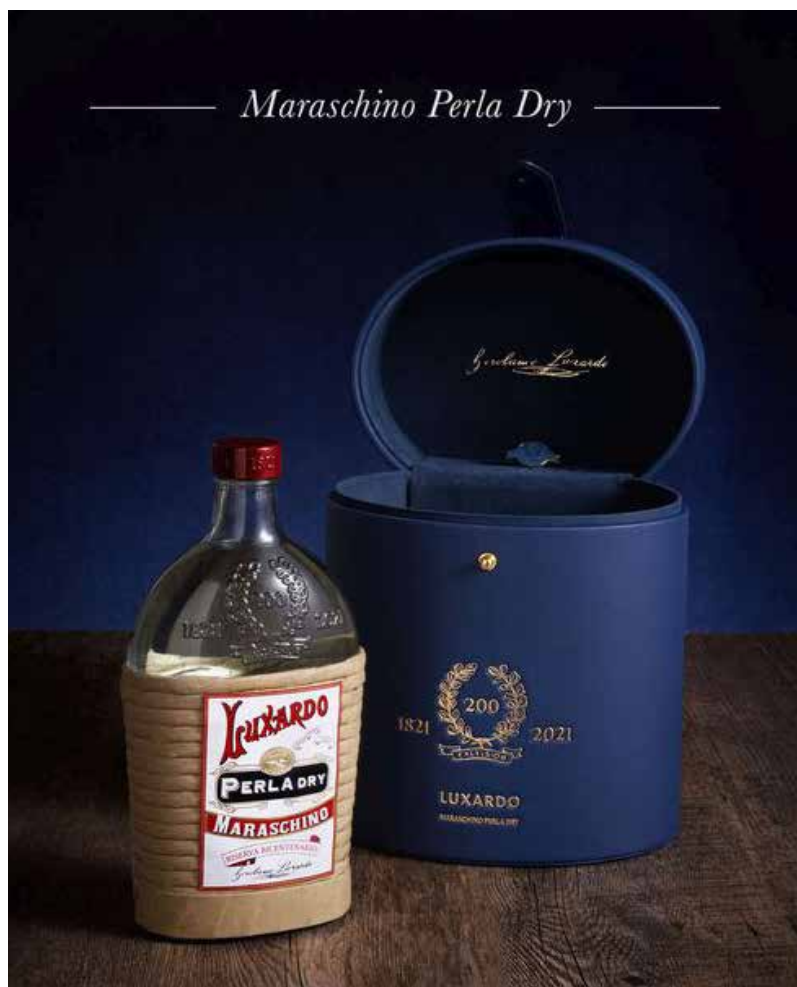
Per le celebrazioni del bicentenario



Luxardo ripropone il prodotto più prestigioso della sua gamma, il Maraschino Perla Dry. Si tratta di una riserva speciale del celebre Maraschino Luxardo ottenuta da un distillato di marasche con oltre 50 anni di età, di grado alcolico più

STORIA

IN QUESTA FOTO L'EVOLUZIONE DELLA BOTTIGLIA DI MARASCHINO NEGLI ANNI. A SINISTRA IL FRANCOBOLLO DEDICATO A LUXARDO EMESSO IL 23 MARZO 2021.



elevato (40°) con meno zucchero da cui la dicitura dry, 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 di questa special release risale agli anni Settanta del secolo scorso. Il Perla Dry Riserva del Bicentenario è in edizione strettamente limitata: solo 4.999 bottiglie numerate, di cui 1.500 riservate al mercato italiano.

L'originale bottiglia in vetro verde-azzurro antico, con impresso sul collo il fregio dei 200 anni, mantiene la caratteristica impagliatura a mano, la capsula rossa e l'originaria etichetta liberty lievemente rivisitata. La bottiglia è racchiusa in un lussuoso cofanetto singolo ispirato

Oltre 1000 distillati, vini e sake

attentamente selezionati per voi



www.ghilardiselezioni.com

Scopri il nuovo sito e-commerce

sia per appassionati che per professionisti del mondo dell'Ho.Re.Ca

Provenienza garantita

Consegna Espressa

Stoccaggio Climatizzato

Imballaggi Ecofriendly

AMARO PUGLIESE

NON SOLO UN DIGESTIVO



BEVI RESPONSABILMENTE

FIUME

www.fiumeliquoriesciroppi.it  AmaroPuglieseFiume  amaro_pugliese



LUXARDO
LA FAMIGLIA IN
UNO DEI
LOCALI DELLA
PRODUZIONE.

ai riti mondani dell'alta società di fine Ottocento, corredato da libretto esplicativo e da spilla celebrativa.

In duecento anni il mondo è cambiato tante volte, non certamente la mission di Girolamo Luxardo che iniziò un progetto imprenditoriale che avrebbe superato ogni sua più rosea previsione.

Sono pochissime le aziende alla cui guida è rimasta sempre la stirpe del fondatore. In Italia Luxardo 1821 è la seconda per anzianità. La forza del brand è proprio nel valore della famiglia e del senso di appartenenza, nelle sue generazioni che da due secoli profondono passione, ingegno, lavoro e capacità imprenditoriali invidiabili, per rimanere sempre se stessi ma attenti ai cambiamenti di

un mercato in continua evoluzione.

In Luxardo 1821 si fanno le cose come si facevano 200 anni fa, è il trionfo della tradizione che strizza l'occhio all'innovazione, alla realtà dei tempi, e diventa esperienza.

Se andate a Zara osservate il maestoso Palazzo del Barcagno voluto da Michelangelo Luxardo, occupato dal 1946 sino al 2006 da un'azienda statale che produceva liquori abusando del know how Luxardo. Sull'edificio non troverete più lo storico nome, ma agli osservatori più attenti non sfuggiranno le tracce dei Luxardo ancora presenti in città, come il nome inciso sul pavimento della chiesa di San Simeone. *Sic Transit Gloria Mundi.*

Antonella Paolino

1890



GAMONDI



*Vermouth
dell'anno 2020*



CHRISTOPHER ROVELLA

ISPIRAZIONE GAMONDI

BAS PIEMUNTEIS

Ingredienti

45 ml Gamondi Vermouth di Torino Superiore Rosso
20ml Amaro Toccasana
Colmare con birra Sister Ale - Birrificio 2Sorelle

Tecnica: build on chunk

Decorazione: boero di Bodrato Cioccolato

Bicchiere: old fashioned

Note

Invitante e fresco aperitivo che esalta i prodotti del territorio. Versione evoluta del classico Americano, il drink si distingue per una complessità evolutiva nel quale emergono le note speziate di Gamondi Vermouth prolungate dalla ricercata nota amara di Toccasana. La birra completa la rotondità del drink rendendolo estremamente versatile nel food pairing.



Christopher Rovella, classe 1993, infanzia a Tassarolo, dove i genitori gestiscono il bar del paese, è quello che si definisce **figlio d'arte**. Divenuti membri e docenti della **Federazione Italiana Barman**, Enrico e Antonella non faticano a far innamorare del bar il piccolo Christopher a cui vengono trasmesse passione e dedizione.

Il confronto con giovani colleghi durante le numerose cocktail competition alle quali Christopher partecipa con successo diviene uno dei pilastri sui quali costruire la sua formazione. E' in questi eventi che Christopher entra in contatto con nomi importanti della bar scene italiana. In breve tempo brucia le tappe della carriera. Al suo lavoro da bartender a Novi Ligure, affianca la collaborazione con aziende della spirit industry, diviene assistente didattico in FIB, si dedica alla storiografia di aziende della spirit industry locale. Nel 2020, giovanissimo, diviene membro del **consiglio direttivo della FIB** nel quale promuove una nuova linea di formazione professionale. Di prossima apertura a Novi Ligure il suo liquor shop con annesso speakeasy che promuoverà una miscelazione di profilo internazionale ma basata sui prodotti del territorio.

FUORI DAL COMUNE

La visione di Madame Bollinger che sapeva guardare lungo Fino al passato

DI VALENTINA RIZZI

«Il passato è passato», si dice spesso. Ma è proprio da quel passato che si può cambiare, imparare e migliorare, perché senza di quello non ci sarebbe alcun presente o futuro. Voltarsi e dare uno sguardo al passato può rivelarsi più produttivo di quel che si possa immaginare, è come mettere un piede già nel futuro.

La Maison Bollinger nasce ad Ay il 6 febbraio 1829 dall'unione tra Joseph Ja-

cob Placide Bollinger, da Paul Levieux Renaudin e dall'ammiraglio Athanase Louis Emmanuel Hennequin de Villermont. I tre sognavano di creare un marchio che risuonasse nel tempo sempre e solo come sinonimo di qualità, eleganza ed eccellenza. Filosofia aziendale e obiettivo si fusero in un unico stile.

Joseph Bollinger fu uno dei primi commercianti a spingersi oltre i suoi confini. Riuscì ad arrivare fino in Inghilterra e nel





1844 ricevette dalla Regina Vittoria il Royal Warrant, riconoscimento di fornitore ufficiale della casa reale inglese. Le generazioni si susseguirono perseguendo sempre gli stessi stile e filosofia, fino al nipote Jacques. Questi sposò Elizabeth Law de Lauriston Boubers, la sua Lily, che lasciò vedova prematuramente e alla quale passò l'eredità dell'azienda. Causa il periodo bellico in cui viveva, non potendosi permettere una macchina, Lily ispezionava i suoi vigneti in bicicletta, una sella firmata Hermès era il suo lusso. Nonostante la carenza di manodopera, continuò a produrre e vendere Champagne scrivendo una parte importante della storia della maison Bollinger fino al 1977, anno della sua comparsa.

Lily o Madame Bollinger, come veniva chiamata dai suoi compaesani francesi, fu la prima donna ad azzardare la commercializzazione di uno Champagne vintage. Era fermamente convinta che lo choc ossidativo dovuto al *dégorgement* tardivo avrebbe apportato grande freschezza e piacevolezza.

Audace e fedele al suo spirito pionieristico, Madame Bollinger decise che le



sue bollicine dovevano essere “fuori dal comune”, con la certezza che il suo vintage avrebbe avuto successo. Dopo diversi nomi pensati per questa nuova cuvée, R.D fu quello che più la rappresentava.

R.D “*Récemment Dégorgé*”, fu commercializzato in tre diversi millesimi: il 1952 per il mercato britannico, il 1953 per quello svizzero e il 1955 per i mercati italiano e statunitense. I vintage 1955 e 1959 ebbero il riconoscimento internazionale come Bollinger R.D, innovative e spettacolari cuvée che racchiudevano le caratteristiche più distintive dell'azienda.

Oggi Bollinger celebra il suo passato come un nuovo presente. Nasce R.D

STORIA

IN APERTURA I VIGNETI BOLLINGER. IN QUESTA PAGINA LA BICI CON LA SELLA HERMÈS. QUI SOPRA MADAME BOLLINGER.



PRODUZIONE

QUI SOPRA LA
MAISON
BOLLINGER.
QUI A DESTRA
LA FAMIGLIA.



2007, un omaggio alle proprie radici, con l'etichetta ridisegnata utilizzando il materiale originale (lega di alluminio) i caratteri utilizzati nel 1952 e la data di sboccatura riportata.

R.D 2007 è frutto di una delle vendemmie più precoci da oltre un secolo a questa parte nella Champagne, un raccolto di alta qualità. Sorprende per il suo contrasto tra l'intensità degli aromi speziati, le note di frutta, brioche e miele. La freschezza offre un raro momento di degustazione e pone

questa cuvée sotto il segno dell'energia.

Tre sono i pilastri su cui si basa tutto il lavoro di Bollinger: tempo, audacia e rarità. Nulla è lasciato al caso, anzi proprio a quel caso, l'azienda pone le giuste attenzioni per rendere ogni R.D degno di nota. Per la costruzione dei millesimi R.D il tempo è il fattore essenziale. Il tempo della pazienza, dell'attesa, il tempo che trascorre ad affinare sui lieviti, circa 8 anni, il tempo che il vino sviluppi la sua complessità aromatica, così come le emozioni sensoriali



"L'essenziale bellezza del lusso"

Si ringrazia





Flavorful



Mixable



Squeezable

www.realingredients.com



PRODUZIONE

DALL'ALTO LE
CASSE
BOLLINGER E
LA RACCOLTA
DEL PINOT
NOIR.



che si esprimono in ogni sorso. La perfetta padronanza del momento più delicato, la sboccatura, è la chiave di volta di ogni R.D. Bollinger.

Bollinger R.D 2007 Extra Brut

Zona di produzione: Aÿ, Avenay, Tauxières, Louvois et Verzenay.

Uve: 70% Pinot Noir, 30% Chardonnay 14 cru differenti, di cui 91% Grands Crus e 9% Premiers Crus.

Vendemmia e affinamento: raccolta manuale dei grappoli e accurata selezione

degli stessi, conferiti alla cantina e predisposti per la produzione attraverso il metodo champenoise, si trasformano con un tempo di maturazione estremamente lungo, più di quattro volte superiore a quello stabilito dalle regole della denominazione, in modo da trasformare gli aromi all'infinito, una vera e propria alchimia del vino. La maturazione avviene in bottiglia con tappo di sughero.

Note di degustazione: si esprime nel bicchiere con una veste dai riflessi ambrati e brillanti, il suo perlage è vibrante, finissimo



CHAMPAGNE
BOLLINGER
MAISON FONDÉE EN 1829



e persistente. Al naso aromi complessi di miele e brioche. Compagnano poi le spezie, svelate sotto molteplici evocazioni, zenzero, cumino, carvi, prima di evolvere verso note di prugna mirabella, albicocca secca e nocciola fresca. Al palato l'apertura è vivace e pulita, rivela note di prugna bianca, noce e anice, il tutto equilibrato da una bellissima freschezza. Finale lungo e persistente.

Quello che però lo rende speciale è la sua rarità. Una rarità dettata non solo dal suo anno di produzione, ma dal volume: per ogni annata c'è un numero limitato di

bottiglie. E poi dalla sua produzione: non tutte le vendemmie possiedono i caratteri idonei per l'assemblaggio di questa rara cuvée.

R.D Bollinger è un viaggio emozionale tra passato e presente, tra profumi e sapori. Stupisce e sorprende a ogni sua nuova annata, riesce a riconfermare ogni volta il suo stile, la sua dedizione all'eccellenza e la sua filosofia. R.D non è solo Champagne, è il simbolo dell'audacia.

La maison Bollinger riesce a impreziosirsi sempre con poche ma rare qualità. In ogni sfera creativa, le opere che lasciano un'impressione duratura sono quelle che rompono con le tendenze e le convenzioni attuali. Tutti i movimenti artistici, per quanto innovativi inizialmente, un giorno costituiranno essi stessi una forma di accademismo, facendo appello al gusto popolare e ispirando opere che iniziano a somigliarsi. Ma proprio quando sembra che non ci sia più spazio per l'innovazione, la vitalità creativa esplode in modo irrefrenabile sotto forma di un'opera radicalmente originale che cambia in modo significativo le percezioni.

Come per l'arte vera e propria c'è un momento di svolta, anche nel mondo dello Champagne ci sono momenti importanti dove le regole tradizionali vengono riscritte. Questo è proprio il caso di Maison Bollinger con il suo R.D. Paragonabile a una rara opera d'arte, cesellata finemente in ogni suo piccolo dettaglio, riscrive le regole con un occhio al passato. Proprio come un vero artista riesce a fare, Bollinger osa dove nessun'altra casa di Champagne aveva mai fatto prima, rompere nettamente con le convenzioni, dimostrando che le regole esistono per essere infrante con eleganza e creatività.

Valentina Rizzi



Rappresentato da



RINALDI 1957

Welcome to Sugarlandia

UN DRINK SONTUOSO

Poco alcolico, cremoso e avvolgente
Un classico dalla storia incerta
e dalla paternità dubbia

DI LUCA RAPETTI

La genesi e l'evoluzione dei cocktail classici che ancora oggi si possono apprezzare a livello internazionale si sviluppano attraverso tappe storiche in cui spesso le ricette vengono leggermente modificate o addirittura cambiano quasi completamente struttura. Talvolta i nomi stessi dei cocktail vengono trascritti erroneamente da una lingua a un'altra. Allo stesso tempo, mentre per alcuni cocktail si conosce con esattezza da chi, dove e quando siano stati creati, per altri ci si imbatte in molte teorie e poche certezze.

Nel 1908 il libro "Jack's Manual" di Jacob Abraham Grohusko e successivamente nel 1913 quello di Jacques Straub "Straub's Manual of Mixed Drinks" inserirono la ricetta dell'Alexander Cocktail, composto da Rye Whiskey, Benedictine e scorza di arancia in superficie. Oltre alla ricetta, nessun'altra informazione circa la paternità di quel cocktail venne fornita nei due libri. Probabilmente la prima impressione che un conoscitore di cocktail classici potrebbe avere nel leggere la ricetta dell'Alexander Cocktail sarebbe inaspettata e confusa.

Due anni dopo, il "The Philadelphia In-



quirer" fu uno dei primi quotidiani statunitensi a menzionare quel cocktail e in tale occasione lo associò al capo barman del celebre Racquet Club di Philadelphia, prestigioso member club fondato nel 1889 e ancora oggi presente nella metropoli. Nell'articolo del sopracitato quotidiano si affermava che il capo barman di questo club aveva inventato l'Alexander Cocktail e che lo avrebbe servito in occasione delle World Series, senza tuttavia fornire alcun dettaglio della ricetta del cocktail. Non veniva fatta alcuna menzione della ricetta del cocktail e alcuni sostengono che fosse



After signing his contract, Rhem told President Breadon he had quit drinking and would attempt to win 20 or 25 games this season. It will be remembered that Rhem was the young man who drank Grover Cleveland Alexander's cocktail to keep Alex in shape for his best "I came here for a showdown,"

Gin Drinks

ALEXANDER

1-2 Gin
1-4 Creme de Cocoa
1-4 sweet cream

Shake well. Just another reason for recognizing the Russians. . . . they they invented it!

stato dedicato a Grover Cleveland Alexander, lanciatore dei Philadelphia Phillies dal 1911 al 1917, uno dei giocatori di baseball più famosi del suo tempo. Nel 1915 i Phillies parteciparono per la prima volta alle World Series e in quell'occasione affrontarono i Boston Red Sox, Alexander G. Cleveland giocò un ottimo match, tuttavia non vi è prova certa che il cocktail fosse stato realmente dedicato a lui.

Su alcuni quotidiani del 1928, tra cui il "Lancaster New Era", apparve l'espressione "Grover Cleveland Alexander's Cocktail" associandola anche al giocato-

ALEXANDER COCKTAIL

(Use bar glass.)

75% rye whiskey
25% Benedictine
1 piece of ice
Twist of orange peel.
Stir and serve.

ALEXANDER COCKTAIL

$\frac{3}{4}$ Jigger Rye Whiskey.
 $\frac{1}{4}$ Jigger Benedictine.
Twist Orange Peel on top.
Stir.

The Racquet Club members are so much interested in the World's Series that they have had put up a big scoreboard near the billiard room. The bell-boys rush from the sporting ticker with the news and post it up. The head bartender has even gone so far as to invent an Alexander cocktail, which he is reserving to be served during the World's Series.

ARTICOLI

NELLA
COLONNA DI
DESTRA
DALL'ALTO:
1908 JACK'S
MANUAL DI
GROHUSKO,
1913
STRAUB'S
MANUAL OF
MIXED DRINKS,
1915 THE
PHILADELPHIA
INQUIRER.
IN ALTO A
SINISTRA
ALEXANDER
PETE, 1915.
SOTTO 1928
LANCASTER
NEW ERA. IN
BASSO 1916
COCKTAILOLOGY

re Flint Rhem dei St. Louis Cardinals. La teoria della correlazione tra il cocktail e Grover Alexander è sicuramente una delle più affascinanti, tuttavia dopo solo un anno dall'articolo del "The Philadelphia Inquirer" l'Alexander Cocktail fece la sua comparsa sul manuale "Cocktail-Ology" di Count Benvenuto Martini, questa volta con una ricetta molto diversa da quella sino ad ora conosciuta. Era costituita infatti da $\frac{1}{2}$ Gin e parti uguali di panna e Crème de Cacao shakerati. Seguiva poi il commento "just another reason for recognizing the Russian... they invented it!". Il riferimento

ALEXANDER COCKTAIL

$\frac{1}{3}$ El Bart Gin
 $\frac{1}{3}$ Crème de Cacao
 $\frac{1}{3}$ Sweet Cream

Shake well in a mixing glass with cracked ice, strain and serve.

9. Alexander Cocktail.

$\frac{1}{3}$ Crème de Cacao, $\frac{1}{3}$ Brandy, $\frac{1}{3}$ Fresh Cream.
Shake well and strain into cocktail glass.

Alexandra's Cocktail. — Dans un shaker avec de la glace pilée, une cuillère à café de crème double fraîche, un demi-verre à liqueur de Crème de Cacao, un demi-verre de fine Champagne, remuer et passer dans un verre à cocktail.

ARTICOLI

IN ALTO A DESTRA 1929, THE POST-STAR. A SINISTRA 1916, RECIPES FOR MIXED DRINKS DI ENSSLIN. SOTTO 1923, HARRY OF CIRO'S ABC OF MIXING COCKTAILS. QUI SOPRA 1927, 900 RECETTES DE COCKTAILS ET BOISSONS AMERICAINES.

ai russi non è chiaro e non sono altresì presenti informazioni che potrebbero suggerire una connessione con qualche personaggio russo.

Sempre nel 1916 Hugo Ensslin pubblicò il suo "Recipes for Mixed Drinks" e fu uno dei primi a includere la ricetta dell'Alexander Cocktail con i tre ingredienti Gin, panna liquida e Crème de Cacao in parti uguali. Il 1916 è l'anno in cui l'Alexander Cocktail, nella ricetta che conosciamo oggi, iniziò a prendere forma e guadagnarsi la popolarità internazionale. Harry MacElhone contribuì inserendo il cocktail nel suo "Harry of Ciro's ABC of Mixing Cocktails" sostituendo il Gin con Brandy mantenendo il dosaggio di tutti gli ingredienti in parti uguali. La scelta di MacElhone di utilizzare Brandy era probabilmente dovuta alla preferenza di gusto della sua clientela e al fatto che in effetti il profilo aromatico di questo distillato si sposava meglio con quello del liquore al cacao e con la panna liquida.

Un altro bartender operante sul territorio francese e più precisamente al Winter Palace di Nizza, tale Adolphe Torelli, nel

ORIGIN

"Your recent reference to the Alexander cocktail recalls the incident which caused this drink to be originated," writes Felix. "Some years ago, during the period when 'Phoebe Show' was being featured in the Lackawanna railroad advertising, the officials of the company arranged for a dinner at Rector's. Troy Alexander was then associated with the famous place, and to him fell the assignment of planning the dinner in a big way.

"He decided to follow the 'Phoebe Snow' idea, in which white was the predominating note. After getting the dinner pretty well laid out, Alexander found himself stuck when it came to concocting a white drink with a lot more potency than milk. For several days he experimented, and finally hit upon the cocktail that bears his name, and which, in case you do not know,

1927 pubblicò il libro "900 Recettes de Cocktails et Boissons Americaines", nel quale l'Alexander Cocktail venne stravolto sia nel nome "Alexandra's Cocktail" sia nella ricetta, poiché lo Champagne aveva preso il posto della base alcolica, Gin o Brandy, con una consistenza meno cremosa, la quantità di panna liquida era inferiore, e ovviamente leggermente frizzante.

A metà degli anni Venti l'Alexander Cocktail veniva definito un trend di consumo a New York, come riportato dal "Wisconsin State Journal" nel 1926. Ambientato a New York è un racconto che molti quotidiani americani citarono in un articolo apparso nel 1929 riguardante le origini dell'Alexander Cocktail. Senza precisare l'anno a cui tale racconto si riferiva, la nascita di questo cocktail era da attribuire a un certo Troy Alexander, del quale non sono presenti informazioni certe e che nell'articolo venne associato al famoso ristorante newyorkese Rector's, che operò dal 1889 al 1919. Si presume che il racconto risalga a una data non posteriore al 1919 in base al riferimento al Rector's.

L'articolo spiegava che, in occasione



Pesca o Limone? Scegli l'Originale!

RINFRESCA L'ESTATE CON I THÈ FREDDI CORTESE
ORIGINALE BIO 1959, UNA SELEZIONE DI THÈ
NERI BIOLOGICI CON SOLA FRUTTA ITALIANA,
PRIVI DI COLORANTI, CONSERVANTI E GLUTINE.
UN'AUTENTICA BONTÀ AD OGNI SORSO.

PROVA LA NOSTRA SELEZIONE DI THÈ FREDDI



FOLLOW US!

BEVANDEFUTURISTE.IT

DISPONIBILI NEI MIGLIORI LOCALI E NEL
NOSTRO E-SHOP BEVANDEFUTURISTE.IT

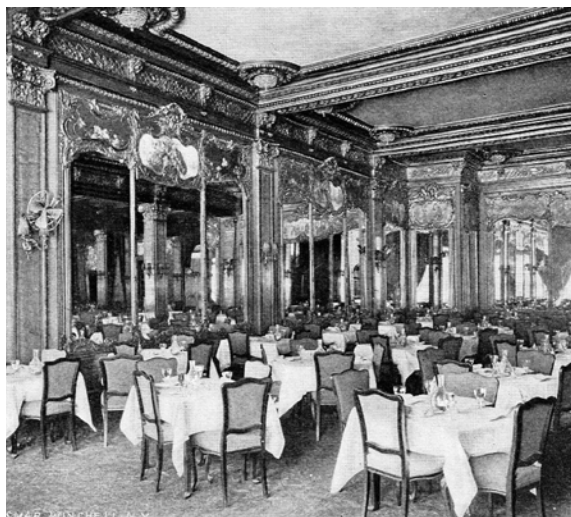


PALLINI

dal 1875



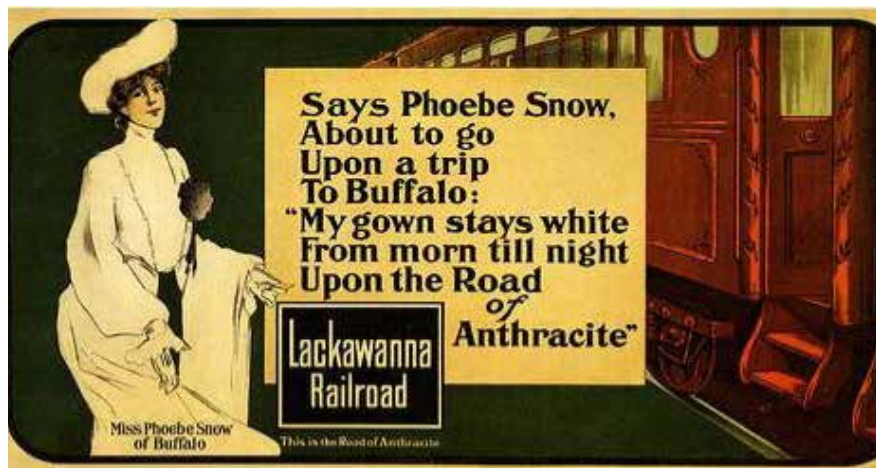
BEVI RESPONSABILMENTE



della campagna pubblicitaria per celebrare la linea ferroviaria che collegava la cittadina di Lackawanna alla metropoli, venne creato il personaggio di Phoebe Snow, un'elegante donna vestita completamente di bianco e che posava su questi manifesti pubblicitari per promuovere l'alta qualità del servizio ferroviario di Lackawanna. Secondo quanto scritto, alcuni ufficiali della compagnia ferroviaria decisero di organizzare una cena presso il Rector's e l'incarico di allestirla nei minimi dettagli fu affidato a Troy Alexander, il quale si ispirò proprio al personaggio di Phoebe Snow per il tema della cena. Quando arrivò il momento di ideare un drink che avesse un aspetto bianco come il vestito della donna, Troy creò quella ricetta che, continuava l'articolo, "porta il suo nome e che, in caso non lo sappiate, può essere ordinata in ogni paese del mondo dove i cocktail miscelati sono disponibili, includendo ovviamente l'America".

Intanto l'Alexander Cocktail costituito da Gin, panna liquida e crème de cacao era citato su importanti ricettari di cocktail, la ricetta proposta da Grohusko e Straub a base di Whiskey scomparve.

Un altro importante passaggio nell'evoluzione di questo cocktail avvenne quando William Boothby pubblicò "Swallows" nel 1930, introducendo per la prima volta la noce moscata grattugiata in superficie. Egli propose anche una variante, chia-



ALEXANDER

Gin ½ jigger	Cream ½ jigger
Creme de Cocoa.. ¼ jigger	Nutmeg to taste

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

ALEXANDER, No. 2

Gin ½ jigger	Coffee Ice Cream.. ½ jigger
--------------------	-----------------------------

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

ALEXANDER, No. 3

Cognac ½ jigger	Creme de Cocoa.. ¼ jigger
Cream ½ jigger	

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

ALEXANDER'S SISTER

Gin ½ jigger	Cream ½ jigger
Creme de Menthe.. ½ jigger	

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

mandola Alexander n.2, composta da parti uguali di Gin e gelato al caffè. Nel 1934 aggiunse altre due varianti di Alexander Cocktail nel manuale "World Drinks and How To Mix Them": Alexander n. 3, che riprendeva la ricetta di MacElhone, citando però Cognac, con noce moscata in superficie, e Alexander's Sister, ricetta con Gin e tre ingredienti in parti uguali, ma utiliz-

STORIA
IN ALTO DUE FOTO DEL RECTOR. DI SEGUITO PHOEBE SNOW LACKAWANNA. 1930, SWALLOWS DI BOOTHBY. QUI SOPRA 1934, WORLD DRINKS AND HOW TO MIX THEM DI BOOTHBY.

ALEXANDER COCKTAIL.
(No. 1.)

1/2 Dry Gin.
1/4 Crème de Cacao.
1/4 Sweet Cream.
Shake well and strain into cocktail glass.

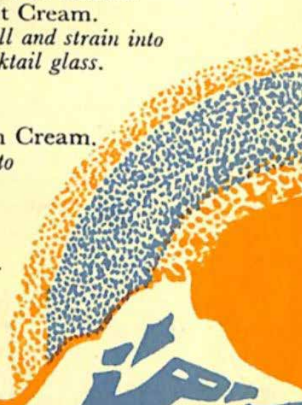
ALEXANDER COCKTAIL.
(No. 2.)

1/3 Crème de Cacao.
1/3 Brandy. 1/3 Fresh Cream.
Shake well and strain into cocktail glass.

ALEXANDER'S SISTER COCKTAIL.

1/3 Gin. 1/3 Cream.
1/3 Crème de Menthe.
Shake well and strain into cocktail glass.

Ladies are advised to avoid this Cocktail as often as possible.



LADIES' COCKTAILS AND OTHER DELICACIES

The Women Will No Doubt Speak for Themselves

ALEXANDER COCKTAIL

In a shaker place one third gin, one third Crème de Cocoa, and one third rich cream. Fill with ice and shake well in order to get a thorough mixture. Strain and serve in cocktail glass.

ARTICOLI

IN ALTO A SINISTRA 1930, THE SAVOY COCKTAIL BOOK. A DESTRA 1936, MILLE MISTURE DI GRASSI. SOTTO 1938, FAMOUS NEW ORLEANS DRINKS. QUI A DESTRA 1947, FORT WORTH STAR TELEGRAM. SOPRA 1933, CHARLES OF DELMONICOS PUNCHES AND COCKTAILS.

COCKTAIL AGE.

I stopped in a Lindy's bar for an egg-nog the other afternoon, and saw the bartender mixing what looked like mammoth malted milk, but turned out to be a mess of Alexander cocktails in anticipation of the matinee crowd. An Alexander, in case you've forgotten, is made of one part gin, one part creme de cacao and one part cream—very pretty to taste. It is ordered almost exclusively by women, usually elderly or middle-aged. Gals of 20 to 30 years order

zando Crème de Menthe al posto di quella di cacao.

Nel "The Savoy Cocktail Book", Harry Craddock incluse tre ricette del cocktail. La prima, Alexander Cocktail n.1, era a base Gin, predominante su Crème de Cacao e panna liquida; Alexander Cocktail n.2 a base Brandy e con tutti gli ingredienti in parti uguali, e infine Alexander's Sister

Alexandra Cocktail (Barclay).

Agitare nel shaker con ghiaccio:

40 % Crema di Cacao
40 % Cognac fino.
20 % Crema di latte fresca
Scuotere bene e servite.
Spruzzate di cannella.

Alexandra Cocktail (Ricetta di Albert del Chatam di Parigi).

Agitare nel shaker con ghiaccio:

30 % Crema di latte fresca
30 % Crema di cacao Chouauo
40 % Gin dry
Servirlo.

Alexandre

1 pony dry gin
1 pony crème de cacao
1 pony rich cream
1 white of egg

Have just enough shaved or finely pounded ice in the shaker before pouring in the gin, crème de cacao, and cream. Remember that one white of egg will do, whether you are mixing for two or a dozen guests. Be strenuous in your shaking whenever there is white of egg or cream in a mixture. Shake, brother, shake, and then shake some more for good measure. Strain into cocktail glasses and hear your guests call you a good mixer.

Smooth as cream, delicate as dew, and easily prepared is the Alexandre. Some who mix this particular cocktail do not use the white of egg. A mistake, for the albumen gives a froth and an added smoothness which makes this cocktail different. Like all drinks in which egg white is used vigorous shaking is required. Give the Alexandre all you've got in elbow grease to make it live up to its reputation—for it is truly Alexander the Great among drinks in its class.

Note our Frenchy spelling. If you have trouble with its pronunciation, simply hold your nose tight between thumb and forefinger. But, should you by mischance pronounce it Alexander—it will taste just the same. And the taste is simply de-lovely.



Fifty-eight

Cocktail, identica a quella proposta da Boothby, con il commento "Le signore sono avvisate di evitare questo cocktail il più possibile".

Il riscontro positivo dell'Alexander Cocktail da parte del pubblico femminile era reale. Il ricettario del 1934 "Charles of Delmonicos Punches and Cocktails" riportava il cocktail come primo della se-



SANTONI

DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA PER L'ITALIA DA
VELIER



HOUSE OF McCALLUM



BLENDED MALT SCOTCH WHISKY

SINGLE MALT SCOTCH WHISKY

SINGLE MALT SCOTCH WHISKY

BLENDED MALT SCOTCH WHISKY

SINGLE MALT SCOTCH WHISKY

Mc

Mc O'Isles, a blended Malt Scotch Whisky is the essence of the Scottish Islands, the ambers of peat smoke, herring fishing boats, a journey through the Islands of Scotland their soft and rugged coastlines and hints of exotic wood.

Mc O'ISLES

Sea Legend by:
Archibald Dunbar McIntosh RSW RGI

Mc

McWarrior, a single malt Scotch whisky is the essence of the Scottish Highlands, the Clans, the rugged heather, Bens and Glens, with rich and complex character, some fierce flavours and yet the elegance of a cultured warrior.

Mc WARRIOR

Charles by:
Simon Laurie RSW RGI

Mc

McElegance, the essence of the soft East Coast of Scotland, its delicate landscape, light spring and summer blossom, tablet sweetness and hints of exotic spices. The same beauty that can be found in this hand-crafted Single Malt Scotch Whisky.

Mc ELEGANCE

Cyprus Field by:
Archibald Dunbar McIntosh RSW RGI

Mc

McPink, the essence of the Spirit of Scotland, inspired by the epic story of Mary Queen of Scots. Strength, character, refinement, exquisite beauty and lingering memories. The art of blending together, the various whisky spirits of Scotland.

FIRST EDITION 2014

Scotland as a Queen II by:
Ashley Cook

Mc PINK

Mc

McPeat, the essence of the land, the peat smoke found in the North West Highlands of Scotland, including some of the Islands. Bacon, seaweed, aniseed, caramelized banana with lemon zest. The Spirit of the land and sea.

Mc PEAT

Mapping Scotia/Wild Boundaries by:
Murray Robertson

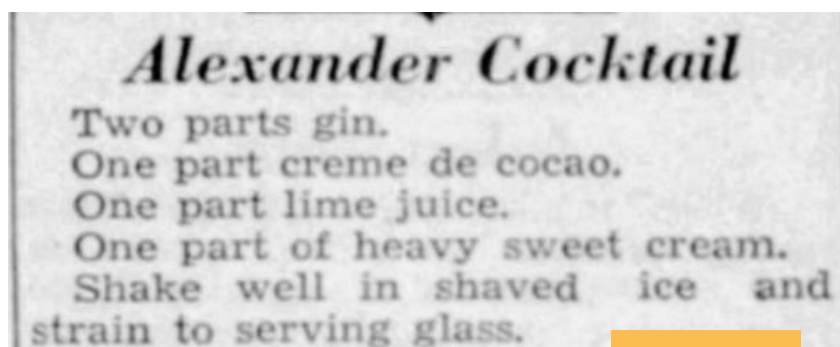




ALEXANDER.

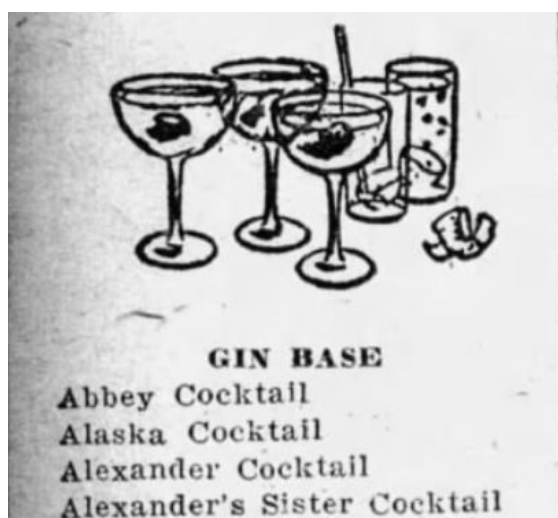
50% Dry Gin.
25% Crème de Cacao.
25% Sweet Cream.

Shake and strain into cocktail glass.
As an alternative Brandy can be used instead of Gin.



ARTICOLI

IN ALTO A
SINISTRA 1934,
THE NEWS
JOURNAL, A
DESTRA, UKBG
APPROVED
COCKTAILS.
QUI SOPRA
1937, THE
LEXINGTON
HERALD.
SOTTO 1935,
THE TAMPA
TIMES.



zione "Ladies' cocktails and other delicacies". Nel 1947 un articolo del "Fort Worth Star-Telegram" in Texas scriveva riguardo al cocktail: «It is ordered almost exclusively by women, usually elderly or middle aged».

Verso la metà degli anni Trenta negli USA la ricetta più diffusa era quella a base Gin e per alcuni anni rimase in circolazione anche quella dell'Alexander's Sister con Crème de Menthe. Progressivamente si affermò anche quella a base di Brandy, presente per esempio in "Café Royal Cocktail Book Coronation Edition" di Tarling e "1000 Mixture" di Grassi, quest'ultimo indicante il cocktail con il nome "Alexandra" e decorato con cannella. Apparve anche il bianco d'uovo, come all'interno di "Famous New Orleans Drinks and How To Mix'em" del 1958, dove si puntualizzava che coloro che non usavano l'uovo nella preparazione di questo drink commettevano un errore.

Nel 1937 la ricetta proposta dal "The Lexington Herald" includeva anche succo di lime oltre a Gin, panna liquida e Crème de Cacao; vi furono anche alcune varianti con liquore al caffè, che probabilmente si ispirarono al gelato al caffè suggerito da Boothby, ma non ebbero grande successo.

Quando la United Kingdom Bartenders Guild presentò il libro "Approved Cocktails" come primo ricettario ufficiale dell'associazione britannica, la ricetta dell'Alexander Cocktail scelta per la pubblicazione fu quella a base Gin, ma con l'opzione del Brandy in sostituzione.

Dopo meno di vent'anni, il manuale del 1953 "The U.K.B.G. Guide to Drinks" testimoniò l'inversione di tendenza della base alcolica del cocktail, proponendo questa volta una ricetta a base Brandy, con gli ingredienti in egual misura e aggiungendo che «in America il cocktail era preparato con Gin, ma che tuttavia le informazioni a disposizione dimostravano che l'Alexander era preparato con Brandy».

Nel corso dei successivi anni l'Alexander Cocktail a base Brandy si affermò a livello internazionale, conosciuto ufficialmente come "Brandy Alexander" e indicando l'opzione della noce moscata grattugiata in superficie, così come ancora oggi viene proposto.

Luca Rapetti



TRA ORIENTE E OCCIDENTE

Piemontese, punto di fusione tra le eccellenze vercellesi e le sperimentazioni della mixology, nasce il primo Sake italiano

DI ALESSANDRO PALANCA

Se analizzassimo l'evoluzione della cultura enogastronomica europea non ci stupiremmo di comprendere come le circostanze geopolitiche abbiano trasformato abitudini alimentari e originato nuove forme di consumo. Se guardassimo a Oriente e

ricordassimo i suoi maestosi imperi millenari come quello cinese o giapponese, ci accorgeremmo di quanto molte ataviche tradizioni cultural-gastronomiche di quelle terre siano oggi presenti sulle nostre tavole, in alcuni casi riadattate, ma fondamentalmente identitarie. Tradizioni che



si sono radicate nel nostro quotidiano e sono parte del costume comune, ormai quasi banali.

Il Giappone che conosciamo oggi, almeno a livello territoriale è il fantasma del glorioso e imponente Mikado che tanto ha influenzato il corso della storia nel continente asiatico. Eppure questo ampio arcipelago di isole conserva ancora storie e tradizioni millenarie che sono arrivate sino ai giorni nostri, tratti di una cultura alimentare che ha superato ogni stravolgimento politico e culturale imponendosi anche a occidente.

Oltre lo stereotipo del sushi oggi c'è un motivo in più che avvicina Italia e Giappone. Nel mondo esistono circa 140.000 varietà di riso, 126 delle quali registrate in Italia. Queste si riconducono a 3 sottospecie. La più importante è la Indica, tipica dei climi tropicali e con un alto valore di mercato, coltivata principalmente in India, Cina meridionale, Filippine, USA



RISO
IN ALTO UNA
FOTO
DELL'ANTICO
METODO DI
RACCOLTA.
QUI SOPRA
RISAIE NEL
VERCELLESE.

meridionale, Italia, Brasile. La Japonica, tipica dei climi temperati e con alti margini di produttività ha un valore commerciale più basso e viene coltivata in Giappone, Corea, Cina settentrionale, USA, Egitto, Italia. La Javanica è ritenuta di scarsa o



RISO

IN ALTO A SINISTRA DIVERSI TIPI DI RISO. A DESTRA, IL RISO PENELOPE. QUI SOPRA RISO VENERE.

nulla rilevanza commerciale e alimentare.

Il Vercellese è un territorio che da sempre si distingue per le eccellenti produzioni risicole che si sono affermate sulle tavole gourmet di tutto il mondo. In queste terre il riso è frutto di tradizioni e mestieri che da secoli si tramandano di generazione in generazione, condito dalla passione e dalla tenacia di chi raccoglie i frutti della terra ricambiandola con rispettosa devozione.

Espressione di un'antica e radicata cul-

tura territoriale e delle migliori applicazioni produttive, il riso Penelope è una delle cultivar più celebri del territorio. Questa cultivar di riso è caratterizzata dalla presenza di antociani, componenti con un'azione antiossidante benefica per la salute della persona e da un alto contenuto di fibre, fosforo e magnesio. Questa qualità di riso integrale si presenta con colore nero e un gusto intenso nel quale emergono note fruttate e raffinate. Dal riso Penelope nasce "Nero" (dal colore del riso), il primo

THREE
ARTISANAL



CENTS
BEVERAGES

THE REAL *Paloma*



Distribuito da
www.onestigroup.com

BEVI RESPONSABILMENTE



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

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

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

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



ALPEX

SUPREME TONIC WATER

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



Sake 100% italiano.

Il progetto “Nero Sake” nasce dall’incontro tra tre realtà imprenditoriali piemontesi; il brand specializzato “Gli Aironi” e due protagonisti della bar scene torinese, il cocktail bar Affini e il centro di formazione di bartending Evho.

Gli Aironi, brand che fa capo a Riso&Co, di Michele Perinotti e Gabriele Conte, lavora risi tipici vercellesi prodotti in proprio in piccoli lotti, tra cui: Penelope, Arborio, Baldo, Carnaroli, Rosso Selvatico, Venere Nero, Vialone Nano. Senza fare il verso alla tipica bevanda giapponese, un punto di riferimento a cui ispirarsi e verso cui “Nero Sake” si pone come un rispettoso ibrido, la bevanda rievoca le sensazioni gustative di sapidità e rotondità tipiche della millenaria bevanda orientale.

“Nero Sake” può essere definito un



ponete, un interessante e innovativo compromesso tra le culture di Occidente e Oriente. Le differenze tra i due prodotti sono sostanziali e bisogna fare dei distinguo.

PERSONAGGI

IN ALTO DA SINISTRA GABRIELE CONTE, DAVIDE PINTO, MICHELE MARZELLA. QUI SOPRA GABRIELE CONTE.



Il riso Penelope è la materia prima. Il processo di fermentazione di “Nero Sake” dura circa 40 giorni e avviene con lieviti della birra selezionati. Questa scelta è un omaggio agli storici birrifici piemontesi di inizio '900 che resero Torino una delle città europee più importanti per la produzione di birra in Italia. A fine fermentazione si avrà un mosto con un contenuto alcolico

di 12°. Per arrivare ai suoi 17° finali “Nero Sake” viene fortificato e aromatizzato con una infusione di circa trenta tra erbe e spezie, tra cui artemisia e achillea, che ripercorrono le tracce di un'altra specialità piemontese, il Vermouth.

Il Sake, di cui abbiamo lungamente parlato, nasce da un processo lungo e sofisticato, manuale e per molti aspetti affascinante, un vero e proprio rituale nel quale emerge la figura del Toji, il maestro di cantina che controlla tutto il processo produttivo.

Fondamentalmente il Sake è acqua, riso e Koji, il riso cucinato a vapore dal quale si origina la muffa *Aspergillus Oryzae* che innescherà il processo di saccarificazione. Tra le varie tipologie di Sake ve ne sono alcune che prevedono l'aggiunta di alcol, ma rimaniamo comunque nell'ambito di una bevanda fermentata, come un vino di riso.

Il Sake è una bevanda con una tradizione millenaria, una storia mitologica condita da rigorosi rituali di produzione e servizio che si fondono tra sacro e profano.

Le differenze tra il prodotto italiano e il Sake sono quindi nette, ma bisogna considerare “Nero Sake” come un punto di fusione di tipicità piemontesi che con le bevande giapponesi hanno in comune il riso e alla quale Nero Sake rende merito e onore.

Per i creatori del prodotto il riso è come il maiale, del quale non si butta via nulla. Con il riso hanno creato barrette energetiche, risotti, riso estruso da usare come topping, una curiosa “birra di riso” (anche se per legge la bevanda non si può chiamare con questo termine perché a base di riso).

“Nero Sake” è dunque un fermentato di riso che non intende replicare la cultura



AMERICANO ROSSO

Nasce dalla tradizione Veneta e dall'Amore per la Natura. Creato dall'unione artigianale dei vini del Lago di Garda con botaniche accuratamente selezionate.



**IL PRIMO ROSSO NATURALE GRAZIE A FIORI E PIANTE
NESSUN AROMA O CHIMICA AGGIUNTI**

Distribuito da Ghilardi Selezioni





giapponese, piuttosto trovare dei punti di contatto. Anche il packaging è molto diverso rispetto le tradizionali bottiglie giapponesi. L'elegante bottiglia è il risultato di un ricercato e moderno design nel quale spicca il prezioso tappo in legno wengè con lamina di oro.

Al tasting il prodotto risulta rotondo, con una nota sapida che riporta alla bevanda tradizionale, ma anche aromatico e speziato come un Vermouth, con la tipica nota di vaniglia sul finale lungo e persistente. Si percepiscono l'amaro, un velato umami che deriva dall'aggiunta di sciroppo di riso (utilizzato anche nella produzione di Vermouth), una delicatissima acidità e una punta di astringenza finale.

Se vogliamo, un Sake dal gusto mediterraneo, sicuramente un prodotto molto interessante al quale avvicinarsi liberi da preconcetti e pregiudizi. Tra le peculiarità di "Nero Sake" spicca la sua alta capacità di esaltarsi in miscelazione, in gastronomia e nel food pairing.

Alessandro Palanca



LA QUALITÀ VINCE SEMPRE

Keglevich Dry e Amundsen Expedition vodka sul podio dei World Vodka Awards

Nell'ultima edizione dei World Vodka Awards, competizione di livello internazionale, Stock ha primeggiato con ben due brand del portafoglio sul podio: **Amundsen Expedition** con la medaglia d'argento e **Keglevich Dry** con la medaglia di bronzo per il secondo anno di fila.

Entrambe le vodke si sono distinte per l'alta qualità delle materie prime utilizzate e per i raffinati dettagli al naso e successivamente in bocca che hanno saputo conquistare le diverse giurie composte da bartender esperti, giornalisti e professionisti di settore.

Keglevich Dry, vodka di puro grano, 6 cicli di distillazione e l'origine polacca, si è distinta per il profumo di vaniglia al naso con un leggero corpo floreale. Al gusto si ritrovano ancora dolci note di vaniglia e un tocco di anice sul finale. Ben equilibrata, ha un piacevole finish pepato e un tocco di cremosità.

Amundsen Expedition, vodka di grano, 5 cicli di distillazione, una filtrazione al di sotto degli 0 gradi celsius, un lento processo di produzione e l'origine polacca, ha conquistato i giudici con un tocco di note floreali al naso mentre al gusto con una dolcezza piacevolmente equilibrata e un corpo dominante di cereali. Buon finale con leggere note pepate.

RICETTE



ORIGAMI di Vincenzo Losappio – Zenzero – Barletta

INGREDIENTI

- 40 ml Toki Whisky
- 5 ml Mizu Shochu Lemongrass
- 30 ml Nero Sake
- 15 ml cordiale di shiso e shichimi togarashi
- 1 bsp aceto di riso

Tecnica: stir&strain. Glass: calice vintage. Garnish: foglia di shiso rosso.

Side: farfalla origami



ORIENTAL NEGRONI di Enrico Nicolini – Mine & Yours – Lecce

INGREDIENTI

- 3 cl Nero Sake
- 2,5 cl Bitter del Ciclista
- 2 cl Umeshu Akashi Tai
- 2 cl Nikka Coffey Gin
- vaporizzazione essenza al pepe nero

Tecnica: stir&strain. Glass: tumbler basso. Ghiaccio: chunk 5x7 marchiato.

Garnish: zest di arancia



MI-VE di Christopher Rovella – FIB – Piemonte

INGREDIENTI

- 30ml Nero Sake
- 30ml Carpano Bitter
- 3 gocce di Fernet Branca
- soda aromatizzata con fiori di arancio

Tecnica: build. Glass: tumbler basso con ice chunk. Garnish: scorza di arancia



BLACK GOLD di Nicola Ruggiero – Katiuscia – Bari

INGREDIENTI

- 3cl di Tokinoka Black Whisky
- 4cl di Nero Sake
- 2cl di bitter aperitivo infuso con carboni vegetali
- 1,5cl di cordiale di the nero Wakoucha*

Tecnica: stir&strain. Glass: mug. Garnish: foglia di oro.

*500ml di acqua e 30g di the nero in infusione per 10min ca. Filtrare il liquido e sciogliere all'interno 500g di zucchero di barbabietola con 1 spoon di acido citrico e 1 tea spoon di acido malico. Mescolare il composto fino al completo dissolvimento dei solidi.

**BEST GIN
OSCAR 2019**

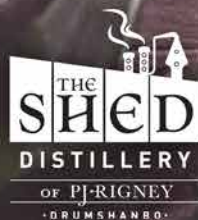
*"The Best Spirits
Known to Mankind"*



**"...YOU CAN
ABSOLUTELY
SEE WHY."**

*Jugoslav Petkovic
Flaviar Co-Founder*

**Oriental botanicals,
Gunpowder tea
& Irish curiosity.**



IMPORTATO IN ESCLUSIVA DA



BEVI RESPONSABILMENTE

LA LEGGE DEL WHISKY

Nuove norme per prevenire illegalità e tutelare il consumatore

DI ALESSANDRO PALANCA

Quando nel 1923 Masataka Taketsuru, il padre del Whisky giapponese, fu convocato dall'azienda Kotobukiya come esperto per impiantare una distilleria di Whisky, non

poteva certo immaginare che avrebbe dato vita a una storia che sarebbe arrivata molto lontano. Masataka accettò con entusiasmo di lavorare per Kotobukiya e risultò determinante nella progettazione e costruzione della loro prima distilleria di Whisky a Yamazaki, vicino Osaka, che di fatto può essere considerata come il primo impianto industriale per la produzione di Whisky dell'intero Giappone. Da allora il Whisky giapponese ha fatto molta strada e la sua dinamica industry continua a calamitare l'attenzione di appassionati Whisky lover e addetti ai lavori di tutto il mondo.

Nel mese di marzo la Japan Spirits and Liqueurs Makers Association, un ente riconosciuto dal governo ma non da esso controllato, che può promuovere regolamenti ma non emanare leggi, ha annunciato una rivoluzione epocale nel settore: la stesura di norme necessarie per la produzione di Whisky giapponese con l'obiettivo, testuale, di "prevenire illegalità e proteggere il consumatore, contribuendo a migliorare la qualità". Infatti a partire dal primo aprile (giorno di inizio dell'anno fiscale in Giappone) non tutti i distillati di cereali oggi riconosciuti come Whisky giapponesi potranno fre-





PERSONAGGI
A SINISTRA,
MASATAKA
TAKETSURU.

giarsi e conservare tale denominazione. La JSMLA ha redatto un disciplinare con norme che regolano produzione, invecchiamento e che identificano lo spirito. In pratica cambiano le regole del gioco.

A distanza di quasi un secolo il Whisky giapponese, tranne poche e sporadiche regolamentazioni (la definizione di

Whisky giapponese è citata nel National Liquor Tax Act) non ha mai subito, o goduto, di un disciplinare che regolarizzasse i processi produttivi: maltazione, fermentazione, distillazione, ABV, invecchiamento, luoghi di produzione e materie prime. Di conseguenza tutti i produttori potevano etichettare come Japan Whisky anche distillati che di giapponese avevano ben poco, in alcuni casi una jungla deregolata. La nuova normativa entrerà in vigore ufficialmente dal primo aprile



ma i produttori avranno tempo sino al 31 marzo 2024 per adeguarsi. Sono molte le novità in materia, tra le più importanti l'invecchiamento minimo di tre anni e l'intero processo produttivo eseguito in Giappone. Ma guardiamo nel dettaglio cosa prevede il disciplinare di JSMLA.

Le materie prime, cereali esclusivamente maltati e acqua devono essere obbligatoriamente di provenienza locale. Saccarificazione, fermentazione e distillazione devono essere eseguiti in una distilleria locata sul territorio, l'ABV misurato all'uscita del distillatore non deve superare il 95%. L'invecchiamento avverrà in Giappone e deve effettuarsi



**Japan Spirits & Liqueurs
Makers Association**

per almeno tre anni assolutamente in botti di legno della capacità massima di 700 litri.

Sino a oggi, in Giappone, un distillato di cereali poteva essere definito Whisky

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.





#shakenwell

Ottimo liscio, ben freddo o On the rocks,
insostituibile nei Tiki, sorprendente nei
classici e ovunque si voglia aggiungere
una nota di spezie e zenzero.

**...AGITARE BENE
PRIMA DELL'USO!**



Term	Production Method Quality Requirements		
"Japanese whisky" (or "Japanese whiskey")	Raw ingredients	Raw ingredients must be limited to malted grains, other cereal grains, and water extracted in Japan. Malted grains must always be used.	
	Production method	Production	Saccharification, fermentation, and distillation must be carried out at a distillery in Japan. Alcohol content at the time of distillation must be less than 95%.
		Aging	The distilled product must be poured into wooden casks not exceeding a capacity of 700 liters and matured in Japan for a period of at least 3 years thereafter.
		Bottling	Bottling must take place only in Japan, with alcoholic strength of at least 40% as of such time.
		Other	Plain caramel coloring can be used.

sin dal primo giorno, invecchiamento e imbottigliamento potevano avvenire fuori dal Giappone, i blend erano spesso combinati con Whisky prodotti altrove, così come acqua e cereali. L'imbottigliamento deve avvenire in Giappone a una gradazione minima di 40° ed è consentito l'uso di caramello di zucchero al solo fine di colorazione. Qualora una sola di queste regole non sia rispettata, le etichette non potranno riportare nomi di città, persone, luoghi celebri, fiumi e montagne, personaggi famosi, che siano in qualsiasi modo riconducibili al Giappone, compresa la riproduzione del vessillo nazionale e di qualsiasi altro riferimento grafico non conforme al regolamento. La torba potrà essere importata. I produttori che non rispetteranno queste regole non potranno definire i propri distillati Nihon Whisky, Japan Whisky o Japanese Whisky. Non sembra chiaro se sia possibile l'uso di ideogrammi. Quindi tutti i blend attuali che contengono, anche, Whisky giapponese, non potranno più definirsi tali. Questa regolamentazione pone dei paletti importanti per limitare produzioni "spregiudicate", favorendo la qualità a scapito della quantità.

È importante osservare che, sebbene



non tutte le aziende si riconoscano nella JSMLA, il disciplinare riguarderà tutti coloro che producono Whisky in Giappone. Questa limitazione colpirà certamente i cosiddetti "World Blended" termine creato per indicare un blend ottenuto con distillati di diverse provenienze estere, che però potrebbero subire un incremento. Questo è ipotizzabile se si considera che i terreni coltivabili a cereali in Giappone non sono in grande quantità e la



contrazione di una certa produzione di Whisky nazionale è possibile, con relativo aumento dei prezzi.

Certamente il Giappone non manca di validi e stimati prodotti, ma è altrettanto vero che la bolla speculativa innescatasi negli ultimi anni, ha generato una quan-

tità di prodotti e brand sovrastimati, agevolati da una poca informazione del consumatore e che, in qualche modo, hanno abusato di un'immagine che con la propria identità nazionale aveva spesso poco in comune.

Alessandro Palanca

DIAMONDS ARE FOREVER

DIAMOND FILTRATED VODKA



www.threesixty-vodka.com

distribuito da onestigroup.com



DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA DA GRUPPO M



RON AÑEJO CARÚPANO

PER



MERE GALLI. DRINK QUALITY NOT QUANTITY.

IL SACRIFICIO DELLE DONNE

Poche posizioni apicali e di prestigio sottolineano una discriminazione lunga e sottile
In nome del *politicaly correct*

DI BASTIAN CONTRARIO

Strano luogo questo mondo dove “Peter Pan”, grande classico per l’infanzia, non è più adatto ai bambini perché contenente “rappresentazioni negative e/o trattamenti errati nei confronti di persone o culture”. Dove non si può più vendere un formato di pasta che si chiama “Abissine” da più di cento anni, perché potrebbe richiamare certe opinioni politiche, dove una sola accusa di sessismo può costare ad un famoso barman una sudata carriera durata più di sessant’anni.

Restando nel mondo del bar, alle *competition* per *mixologist* è sempre meglio ci sia anche qualche donna, ai bar show bisogna che almeno una relatrice sia donna, non importa se quello che dice sia più o meno interessante. L’unica cosa che davvero conta è che “non si pensi” che questo mondo discrimina o peggio, sia sessista. È evidente che c’è un fantasma

dietro ai nostri banconi e non è Lloyd di Shining. Che l’ultimo anno sia stato letteralmente una bomba atomica per il mondo dell’hospitality era già evidente, ma ora cominciano a trapelare i primi dati.

Dall’ultima indagine Istat sull’occupazione emerge che alla fine del 2020 su 101mila nuovi disoccupati, 99mila sono donne, vale a dire il 98% del totale. Un dato impressionante che, rapportato all’altro dato per cui bar, ristoranti e mondo dell’ospitalità in generale rappresentano il settore più colpito dalla crisi con -273mila posizioni già al 30 giugno 2020, ci fa immediatamente capire come a perdere il posto sia stata più spesso la nostra barmaid di fiducia, quella cameriera così preparata o la proprietaria di quel bar tanto carino. Quindi, in questo momento di “sacrifici” per tutti, pare che nel settore del bar e della ristorazione a essere sacrificate siano state le donne.

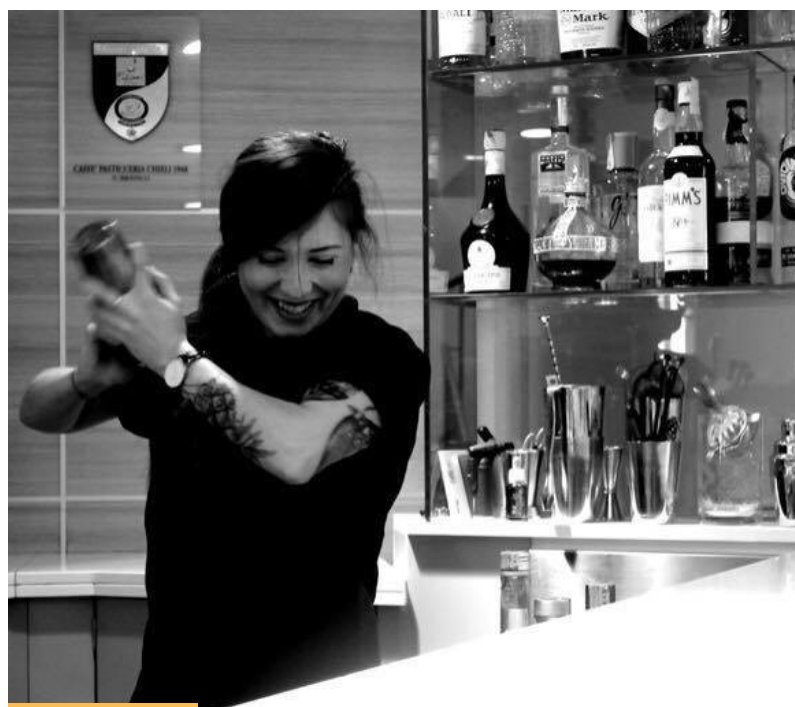


È davvero così? Si tratta di un enorme episodio di discriminazione di genere e, all'ingresso dei nostri bar, se mai ricominceremo a lavorare liberamente, dovremmo appendere un cartello che avvisa di quanto siamo misogini e sessisti? Condivido con voi un altro dato importante prima che azzanniate il nemico.

Secondo uno degli ultimi studi della FIPE erano 171.900 le imprese del settore dell'ospitalità gestite da donne, pari al 54% del totale. Un valore più che doppio rispetto a quello riferito all'intera economia. Le imprese femminili si distribuivano all'interno dei diversi canali della ristorazione con una leggera prevalenza nel bar (56,5%). Anche le donne dipendenti erano molte. Dallo stesso studio emerge che nel 2008 la quota di lavoro femminile, secondo i dati Inps, era pari al 58,7% dell'occupazione dipendente dell'intero settore. E il dato odierno si sposa con



BARLADY
IN ALTO
VALERIA
BASSETTI.
QUI SOPRA
ROBERTA
MARTINO.



BARLADY
IN ALTO ALICE
BIDINI.
QUI SOPRA
BEATRICE
MARRI.

il dato storico: molto spesso, anche in passato, le donne erano impiegate o alla guida di locande e osterie che erano spesso attività famigliari. Come mai quindi, raramente si trovano donne alla guida d'importanti bar (per il Savoy di Londra una sola head bartender in più di cento anni di storia) o di importanti strutture

alberghiere? Perché gli esperti del settore sono sempre uomini a parte rarissime eccezioni? Ho preso un Martini con alcuni colleghi e ne abbiamo parlato. Tranquilli, erano uomini e donne, non pensate io sia misogino! Tutti loro percepiscono la presenza di una discriminazione di genere tra uomini e donne lavoratori nel mondo dell'ospitalità (ecco il fantasma).

La discriminazione, mai ammessa o menzionata, è però "sempre nell'aria" mi dice Giulia Cuccurullo, bartender napoletana attualmente alla corte dell'Artesian di Londra. «Si può "vedere" in posizioni più basse, dove le donne sono più presenti, ma anche il fatto che ce ne siano pochissime in posizioni alte è parte di una grande discriminazione, in più abbiamo dati che ancora oggi parlano di differenze di salario tra uomini e donne» (la differenza immotivata di salario tra uomini e donne che ricoprono la stessa posizione a parità di competenze è oggi di circa il 20% in più per gli uomini). «Il problema nelle discriminazioni non è legato alla società o ai settori in generale, ma



ANCIENNE PHARMACIE

QUALITÀ AL SERVIZIO
DELLA CREATIVITÀ

Mixology Selection

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

a chi prende le decisioni, a chi supporta la crescita di un individuo a discapito di un altro solo per ragioni di genere».

Giulia è una bartender brillante, con una solida cultura e un'intelligenza viva, di quelle che la gavetta l'ha fatta e la sta facendo sul serio e anche in questo caso coglie il problema. Il grosso dramma della perdita del posto di lavoro da parte delle donne nell'ospitalità, è stato dettato dal fatto che l'esercito femminile di lavoratrici ricopriva le posizioni alla base del sistema e pochissime posizioni apicali o di prestigio. Perché questo succede? Dall'altra parte del bancone, la maggior parte del pubblico si aspetta di vedere un uomo, percependo culturalmente il lavoro come maschile. Anche se, dati alla mano, così non è, non si può certo pensare che siano i proprietari che assumono o i manager che promuovono ad aver interesse a cambiare una percezione sbagliata del pubblico, che economicamente è meglio assecondare. Sono imprenditori, mica eroi!

Poi, a dirla tutta, c'è anche un altro fantasma. Infatti furono proprio alcune esponenti del genere femminile a promuovere con maggior ardore le campagne d'opinione contro l'alcol che portarono al Proibizionismo americano. Evidentemente a certi uomini l'accetta di Carrie Nation, dopo più di cento anni, incute ancora paura. Se ancora non siamo arrivati al *declaimer* della Disney affisso fuori dei nostri bar, pare che il miglior scudo contro le accette femminili sia per ora "l'occhio di riguardo" e la galanteria. Giulia racconta di «vere e proprie relegazioni alla sala perché il bar "è troppo pesante" e, consequenziale, l'assenza di figure femminili nelle posizioni alte».

Anche Alice Bidini, lei pure reduce da



una lunga gavetta londinese, ora a Roma con ShakHer, un gruppo di bartender tutto al femminile e in partenza per l'Arabia Saudita dove costruirà un progetto tutto nuovo, rincarà la dose: «I compiti più faticosi o organizzativamente più complessi in alcune realtà sono spesso appannaggio della componente maschile. Viene

PERSONAGGI

QUI A DESTRA
FRANCESCA
GENTILE
(PH ALESSANDRO
SCERBO).
QUI SOTTO
GIULIA
CUCCURULLO
ALL'ARTESIAN
BAR DI
LONDRA.



allora da chiedersi quanto sottile sia il confine tra “l’occhio di riguardo” e la discriminazione». Uno scudo, appunto! Dice ancora Alice «il quadro è a volte paradossale: spesso è più facile essere assunte direttamente con una posizione manageriale piuttosto che crescere tramite posizioni interne, quasi a lasciar intendere che una ragazza debba lavorare il doppio per dimostrare l’eguale crescita umana e

professionale a pari livello dei suoi colleghi uomini», o lasciare che certe scelte di “promozioni coraggiose” le facciano altri. D’altro canto, se come cantava Patti Smith *people have the power*, com’è possibile che le donne, numericamente più degli uomini, nei bar e con le stesse capacità professionali, non abbiano mai saputo trovare il modo d’imporsi nel settore? Ce l’ha fatta da solo Billy May, che nel mondo più femminile che ci sia, il nuoto sincronizzato, non ha mai mollato e non solo è diventato un sincronetto, ma nel 2015, alla veneranda età per un atleta di 36 anni, ha vinto pure una medaglia d’oro!

Forse, quindi, il fantasma sotto il lenzuolo è questo: un mondo che teme Peter Pan, le Abissine e l’espressione delle proprie idee, che pensa più alla parvenza di *politically correct* che a perseguire il più alto valore della meritocrazia ha un grosso problema. È una società superficiale, priva di valori e d’identità, che ha bisogno di crearsi dei nemici per sapere chi è, che può anche chiamare sessismo e discriminazione di genere, mentre i nemici veri fuggono a farsi preparar Martini da Lloyd al bar dell’Overlook hotel, confortati dall’aver creato delle inutili e antimeritocratiche “quote rosa”.

Bastian Contrario



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



AUCKLAND ADVENTURE

Gina Nicholls ci porta alla scoperta della capitale della Nuova Zelanda
Immune dalla pandemia

DI THEODORA SUTCLIFFE

Nata in Inghilterra e piena di voglia di viaggiare, Gina Nicholls è arrivata in Nuova Zelanda circa tre anni fa, con un permesso di lavoro rilasciato da Sydney Merivale, un colosso dell'ospitalità. Oggi vive nella città più grande del paese, Auckland, e gestisce il bar di The Parasol & Swing Company.

Il suo bar sul lungomare cittadino è un paradiso per i cocktail lover, già pluripremiato localmente ha ottenuto due volte le nomination regionali agli Spirited Awards. «Mi sento così fortunata a essere qui in Nuova Zelanda, soprattutto dopo essere

stata nel Regno Unito a settembre/ottobre scorsi e aver sperimentato quanto sia diversa la vita attualmente –dice Gina – quando il Covid ci ha colpito lo scorso marzo e abbiamo dovuto chiudere i battenti, è stato un momento incerto per tutti a livello globale non solo in Nuova Zelanda. Ma il paese ha svolto un lavoro straordinario nel tenere sotto controllo il virus, abbiamo avuto la fortuna di tornare alla vita normale senza restrizioni». In attesa che la Nuova Zelanda apra ai visitatori, Gina ci racconta come godere la sua città.



Qual è il posto migliore per bere Rum a Auckland?

GG x Flamingo è un piccolo Tiki bar davvero fantastico. Oltre a una vasta gamma di rum e deliziosi cocktail, hanno una straordinaria collezione di bicchieri (un drink arriva in una vera conchiglia gigante!). Conor, il manager, è fantastico. Ama il Rum e raccontarne la storia come uno spettacolo.

Quali cocktail bar non dovremmo perderci ad Auckland?

Caretaker e Bedford Soda & Liquor sono due ottimi cocktail bar con atmosfere molto diverse. Caretaker è un cocktail bar classico che persegue lo standard del Milk & Honey. Il loro staff consiglia antichi classici e conoscono molto bene le preferenze dei clienti abituali. Il Bedford è ispirato allo stile di New York, un posto fantastico per incontrare gli amici: i bartender Chris e Stu sono sempre pronti a preparare ottimi drink e offrire intrattenimento.

Qual è il posto migliore per bere un drink godendo di una vista su Auckland?

Probabilmente due dei bar di Commer-

cial Bay, un nuovo quartiere sul lungomare. Saxon + Parole e Ghost Donkey sono entrambi importati da New York e gli abitanti di Auckland li hanno subito apprezzati. Entrambi si affacciano sul Downtown Ferry Building: puoi guardare le barche e le persone che vanno e vengono tutto il giorno.

Dove si incontrano i bartender quando sono liberi dal lavoro o fuori servizio?

Tanti colleghi vengono da noi prima, dopo e anche nel mezzo del loro turno, per non parlare dei loro giorni liberi. Ci piace prenderci cura degli operatori del settore e loro adorano non dover alzare un dito. Il Grand Central è un bar molto frequentato nella zona di Ponsonby. È lì che coloro che vogliono bere un paio di birre dopo il lavoro si ritrovano, per tirare tardi sino all'alba. A me è successo un paio di volte...

Il miglior piccolo bar di Auckland?

Il Clipper è un bar fantastico che ha aperto nel 2019. È nato dall'idea di un bartender britannico, Barney Toy. Sono molto creativi e offrono dei fantastici drink.

Dove si può bere del vino ad Auckland?

Ci sono tante nuove enoteche ad Auckland: Brolly, Apéro, Bar Céleste, Beau, Lilian, Clay e altre ancora. Ma il mio preferito è La Fuente, un wine and mezcal bar. Hanno una grande conoscenza dell'uva e dell'agave. Una visita imperdibile.

Dove consigli di cenare?

"Amano" è un ristorante fantastico con un'enorme cucina a vista aperta che utilizza prodotti locali di stagione. Il mio piatto



LA RICETTA

CAMINO A CUBA

- 40ml Black Tears Dry Spiced
- 10ml Amaro Montenegro
- 10ml Cherry Heering liqueur
- 1 barspoon Crème de cacao liqueur
- 1 barspoon Pimento Dram
- 2 dashes Walnut bitters

Miscelare gli ingredienti con ghiaccio e mescolare in un bicchiere rock con un ice block. Guarnire con fetta di arancia.

preferito è la loro bistecca con verdure di stagione.

Un posto storico dove bere qualcosa?

C'è un pub molto antico chiamato "The Puhoi Pub" in un piccolo villaggio a circa 40 km da Auckland. È un po' un viaggio, ma in una bella giornata è fantastico bere una birra con fish and chips nel loro enorme giardino.

Dove dovremmo farci un selfie?

In cima al Monte Eden, il punto naturale più alto di Auckland. Da lì puoi vedere l'intera città e altro ancora. Si gode di una vista fantastica e non è molto difficile arrivarci.

Cosa deve assolutamente fare chi viene a Auckland?

Visita l'isola di Waiheke! È un breve viaggio in traghetto dalla città ed è pieno di fantastiche cantine e luoghi meravigliosi. È semplicemente bellissimo. Puoi noleggiare una e-bike e visitare delle cantine. Man O 'War è la mia preferita. È proprio sulla spiaggia e i loro vini sono deliziosi.

MIXING WITH BLACK TEARS, THE KIWI WAY

«Black Tears è un rum speziato così interessante, diverso da qualsiasi altro rum speziato», afferma Gina Nicholls. «È meno dolce, con più caffè e aromi di cacao e davvero divertente da usare nei cocktail».

Il cocktail Camino a Cuba (Way to Cuba) di Gina Nicholls è ispirato dal suo amore per i viaggi, ogni ingrediente le ricorda una destinazione diversa. «I miei genitori mi hanno sempre incoraggiato a esplorare il mondo, e io l'ho fatto», dice. «Ma ci sono ancora così tanti posti nella mia lista, compresa Cuba quando il mondo tornerà alla normalità».

Theodora Sutcliffe

MEZCAL

LOS Siete Misterios

BEVI RESPONSABILMENTE



Imported and distributed by

PALLINI



SABATINI GINO°

I progetto Sabatini Gin, del quale abbiamo già parlato, simboleggia impegno e ricerca costanti volti al raggiungimento di una qualità che sempre cerca di intercettare tendenze e mode, per affascinare nuovi consumatori e gli estimatori di un brand che riassume un forte legame con la sua terra di origine, la Toscana. Sono quattro i componenti dei due rami della famiglia Sabatini a cui si deve la creazione del Sabatini Gin: Filippo, Enrico, Niccolò e il padre degli ultimi due, Ugo.

La passione di famiglia per i distillati

arriva da lontano, quando nel 1922 Guglielmo Giacosa, nonno materno di Ugo Sabatini, fu trasferito in Bolivia per gestire lo stabilimento Cinzano, e fu uno dei pochi depositari della ricetta segreta del Vermouth Cinzano. Era il 2015 quando Enrico Sabatini ebbe l'idea di lanciarsi nella produzione del suo Gin ideale mentre era in vacanza a Ibiza, in quella Spagna che è stata la locomotiva della Gin Craze. Coinvolgere nel progetto il padre e i fratelli, Alessandro Palazzi, head bartender del Dukes bar, e avvalersi della consulenza di Charles Maxwell nella realizza-



zione e produzione della ricetta, fruttò la nascita di uno dei più iconici London Dry Gin italiani sul mercato.

Oggi Sabatini Gin segna un altro importante traguardo, un nuovo capitolo della giovane ma già premiata storia di questo brand dalla forte caratterizzazione territoriale. Dall'ingegno di una famiglia con alle spalle un'esperienza consolidata nella produzione di distillati e seguendo la scia del successo che in tutto il mondo sta riscuotendo la categoria degli spiriti 0 alcol ecco Sabatini GinO°, il primo distillato analcolico toscano che strizza l'occhio al bere consapevole.

Realizzato con cinque selezionate botaniche, timo, salvia, lavanda, foglie di olivo e verbena, Sabatini GinO° utilizza un delicato e attento processo di distilla-

zione dei botanici per corrente di vapore, processo impiegato anche nell'estrazione degli olii essenziali. Questo processo consente di lavorare in totale assenza di alcol e di estrarre comunque tutte le caratteristiche organolettiche e aromatiche delle botaniche impiegate. Il risultato è un distillato premium analcolico pensato per tutti, per la proposizione di nuovi cocktail, grandi classici ed evergreen rivisitati in chiave alcol free.

La costante attenzione alle evoluzioni del mercato ha convinto i Sabatini a entrare con curiosità e rispetto in una categoria di prodotti che si arricchisce a velocità costante e sostenuta di nuovi brand che stanno affascinando tutti coloro molto attenti a uno stile di vita estremamente salutare.



Sabatini GinO° incontra le esigenze di chi è alla ricerca di un'alternativa alla “bevuta” alcolica o alle classiche proposte analcoliche, ma anche di chi è soggetto a intolleranze o di chi preferisce seguire un'alimentazione vegana. Infatti lo spirito è certificato VEGANOK, unica certificazione italiana riconosciuta a livello internazionale. Estremamente versatile in miscelazione, vibrante nella combo con qualsiasi mix sodato, il gusto di Sabatini GinO° è di quelli che si lasciano ricordare al primo assaggio neat.

Le cinque botaniche toscane che costituiscono il suo corpo aromatico gli conferiscono un carattere dalle note fresche e balsamiche. Al naso e al palato spicca subito la dolce freschezza della verbena che si fonde con la lunga balsamicità di salvia e lavanda, le note delicate ma caratterizzanti di timo e foglie di ulivo che imprimono al distillato un ricordo di profumi mediterranei, una leggera sapidità che si distende in un finale piacevolmente lungo e insolitamente persistente per questa categoria di prodotti. L'equilibrio

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

f CihuatánRumDE - @ roncihuatan - f Pellegrini Spa - @ pellegrinispa1904

BEVI RESPONSABILMENTE



tra olfatto e palato, intensità e persistenza sono in armonico equilibrio.

L'elegante packaging della bottiglia, tipicamente distintivo del brand Sabatini, fonde mare e terra rappresentati dal colore blu e dalle botaniche riportate sul vetro. Zero alcool, zero zuccheri o edulcoranti, zero coloranti o aromi artificiali e zero materie di origine animale.

Sabatini GinO° è il primo distillato analcolico a comunicare con i consumatori in modo trasparente e innovativo attraverso la partnership con l'azienda Genuine Way. Tramite un QR code collocato sul collo

della bottiglia che sfrutta la blockchain, è possibile accedere a tutte le informazioni sulle caratteristiche del prodotto, le certificazioni della filiera produttiva e i signature cocktail consigliati.

Quattro bartender italiani hanno prestatato il loro estro creativo nella proposta di quattro delle sei ricette signature che accompagneranno la proposta di Sabatini GinO°: Mattia Lotti – FreeStyle, Reggio Emilia; Virginie Doucet – Flower, Firenze; Dorian Mancusi – Porto51, Ischia e Fabio Arcadipane – GinO12, Milano. Giocando con i profumi di Sabatini GinO° i quattro bartenders hanno creato delle proposte easy to make capaci di conquistare ogni momento della giornata con una bevuta 0 ABV.

Enrico Sabatini, co-fondatore e co-proprietario di Sabatini Gin così commenta il lancio di Sabatini GinO°: «Dopo avere creato il primo London Dry Gin 100% toscano, Sabatini Gin, abbiamo mantenuto sempre saldo il legame con la nostra terra d'origine, Cortona e Teccignano, dove sorgono le tenute di famiglia, in un ambiente in cui la biodiversità vegetale è protagonista. Abbiamo continuato a coltivare la nostra passione, vocata alla ricerca della materia prima locale di qualità, dando vita a un distillato analcolico, nuovo e dallo spirito rigorosamente toscano».

Con una struttura estremamente snella e al tempo stesso dinamica, le prospettive di espansione dei Sabatini si basano su un modello economico totalmente sostenibile. Tra gli ultimi riconoscimenti, Sabatini Gin è stato premiato con la medaglia d'argento all'International Spirits Challenge 2020.

Il brand Sabatini è distribuito con esclusiva italiana da Ghilardi Selezioni.

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.



Bevi responsabilmente. CaffoStudio



SABAGINO 12 di Fabio Arcadipane – Gin012 – Milano

INGREDIENTI

- 60 ml Sabatini Gin0°
- 20 ml succo di limone
- 10 g di zucchero
- 3 foglie di salvia
- 2 scorze di limone
- 2 gocce di aceto balsamico
- acqua tonica

Procedimento: in uno shaker pestare leggermente la salvia, le scorze di limone e lo zucchero. Eliminare le scorze e le foglie e versare nello shaker tutti gli ingredienti ad esclusione della tonica.

Agitare e mescolare in un bicchiere colmo di ghiaccio. Completare il drink con acqua tonica e gocce di aceto balsamico. Guarnire con salvia e scorza di limone.



GINO° FIZZ di Dorian Mancusi – Porto51 – Ischia (NA)

INGREDIENTI

- 60 ml Sabatini Gin0°
- 4 lamponi freschi
- 30 ml succo di limone
- 20 ml sciroppo di zucchero
- soda al pompelmo
- scorza di limone

Procedimento: shakerare tutti gli ingredienti ad esclusione della soda. Filtrare il drink in un bicchiere colmo di ghiaccio e completare con soda al pompelmo. Guarnire con una scorza di limone



LEVANTE di Mattia Lotti – Freestyle – Scandiano (RE)

INGREDIENTI

- 60 ml Sabatini Gin0°
- 15 ml succo di lime
- Coca Cola
- sale fino
- scorza di lime

Procedimento: bordare il bicchiere con sale fino, aggiungervi il ghiaccio e gli ingredienti. Miscelare il drink con un bar spoon e servire con una scorza di lime



THE CEDRATINO di Virginie Doucet – Floreal – Firenze

INGREDIENTI

- 50 ml Sabatini Gin0°
- 30 ml miele millefiori
- 20 ml succo di lime
- top di cedrata
- rametto di rosmarino

Procedimento: in uno shaker con ghiaccio, versare tutti gli ingredienti ad esclusione della cedrata. Shakerare vigorosamente e poi mescolare la miscela in un bicchiere colmo di ghiaccio. Completare con cedrata e guarnire con un rametto di rosmarino.



EL DORADO

DEMERARA RUM

PRODUCT OF GUYANA



MENO ALCOL

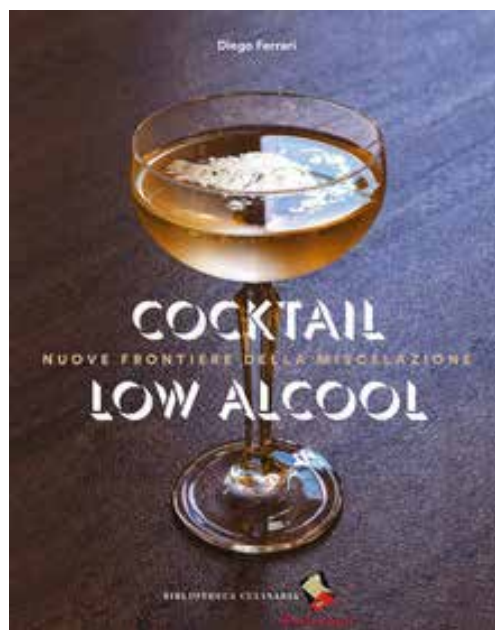
COCKTAIL LOW ALCOL Nuove frontiere della miscelazione

DIEGO FERRARI – BIBLIOTHECA CULINARIA – PAG 128 – EURO24,00

I low alcol insieme allo 0 alcol sono tra i temi attuali del bartending e della spirit industry mondiale. Un tema che da sempre coinvolge pro e sostenitori del tema, oggi più che mai. Qualcuno ha affrontato l'argomento con qualche anno in anticipo. È il caso di Diego Ferrari, già bartender e oggi brand ambassador, che a maggio 2018 aveva già intercettato quella che oggi è sempre più una esigenza, un cambio socioculturale in materia di consumi. Il suo libro "Cocktail Low Alcol" è stata la ciliegina prima della torta.

Esperto conoscitore del low alcohol che ha iniziato a considerare nel 2014, Ferrari, nel 2017, ha abbracciato il concetto sino a farlo suo. Ha colto al volo l'occasione per fare di un'apparente limitazione una nuova opportunità per esplorare la più grande fetta di mercato del beverage, cioè, coloro che consumano poco alcol o nulla. Il libro presenta 40 ricette con un contenuto alcolico non superiore ai 21°, tutte ben presentate nella forma esplicativa e corredate di bellissime foto.

Molto interessante il capitolo nel quale Ferrari si sofferma per spiegare come ha trasformato una ispirazione in una vera sfida. Oltre le formule esistono variabili diverse che l'autore argomenta in modo esaustivo. La diversa reazione diluente del ghiaccio in base alla tecnica di preparazione del drink, il tipo di ghiaccio, le app utili per i calcoli precisi e altri nu-



merosi consigli tecnici. In sintesi Ferrari presenta una equazione in cui variabili e incognite sono affrontate in modo molto pratico comprensibili da qualsiasi addetto ai lavori che voglia affrontare il tema con rispetto e onestà intellettuale. Non manca una importante sezione nella quale si affronta il tema del marketing oggi praticamente indispensabile.

Con questo libro Diego Ferrari ha praticamente riconsiderato il lavoro del bartender e il suo ruolo sociale come moderatore di usi e costumi in materia di alcol. Il libro, rilegato in edizione di lusso, con copertina rigida, merita certamente un posto nella biblioteca professionale di qualsiasi addetto ai lavori.

Alessandro Palanca

DOPPIO INVECCHIAMENTO IN BOTTE

Un gusto sublime
e delicato



BEVI RESPONSABILMENTE

Ron
ABUELO
PANAMA

ISPIRA GENERAZIONI **DAL 1908**

Distribuito da www.onestigroup.com

BarTales

TRAINING CENTER

JAPAN BARTENDING CLINIQUE & GOCCE DI MAMA

Mixology & Spirit Tasting, Yoga,
Mandala delle Emozioni, Foraging



10-11-12

MAGGIO 2021

RESIDENCE VILLA TONIA

Fasano

Valle d'Itria (BR)

BarTales
www.bartales.it

Beam SUNTORY



PURE MALT
KURA
The
WHISKY



drink smart®

FINE SPIRITS

ONESTIGROUP
AL LIEBET LIQUOR BEVERAGE

RINAI DI 1957

RYUKYU
1429



STOCK



Info: redazione@bartales.it — Tel. 328.0015953 — 348.8978874