

# BarTales

ANNO VIII | N. 10 | GIUGNO 2021

COCKTAIL STORY  
ROSA  
JACQUEMOT

LIQUID STORY  
IL SEGRETO  
DEL DODINAGE

REPORT  
METTI UN WHISKY  
A CENA

**closed**

ZOOM

**LA FEBBRE  
DEL SABATO SERA**

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida  
LA REGOLA DELLO 0,05
- 6** **News** DAL MONDO
- 10** **Hot Spirit** di Fabio Bacchi  
MINIMALISMO E RIGORE
- 28** **Zoom/1** di Valentina Rizzi  
QUANDO LE BOLLE SONO KOSHER
- 38** **Cocktail Story** di Luca Rapetti  
ROSA JACQUEMOT
- 50** **Liquid Story/1** di Alessandro Palanca  
IL SEGRETO DEL DODINAGE
- 64** **Zoom/2** di Bastian Contrario  
LA FEBBRE DEL SABATO SERA
- 82** **Report** di Franco Gasparri  
METTI UN WHISKY A CENA
- 90** **Liquid Story/2** di Alessandro Palanca  
STORIA AMARA PREMIATISSIMA
- 102** **Trend** di Theodora Sutcliffe  
BORDEAUX SENZA FRONTIERE
- 120** **Book Corner** di Alessandro Palanca  
QUANDO SI DICE UN CLASSICO



10



28



38



50



64



82



90



102



ANNO VIII | N. 10 | GIUGNO 2021

DIRETTORE RESPONSABILE

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

**Fabio Bacchi**

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Bastian Contrario, Franco Gasparri,  
Alessandro Palanca, Luca Rapetti,  
Valentina Rizzi, Theodora Sutcliffe**

EDIZIONE WEB A CURA DI

**SkillLab srl**

(consulenza@s-lab.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013 Tribunale di Napoli  
www.bartales.it

© COPYRIGHT

BAR TALES - 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 BARTALES.IT

# Gran Café paulista

## Che felicidad!

Soy mi! Non me dire che ti eri scordato de... Paulista! El patron de la mas autentica y gioiosa esperienza del caffè espresso nata nel 1961 e nominata in mio onore: il Gran Café Paulista.

Per celebrare il suo 60° compleanno, il primo caffè mono origine di Lavazza torna el más auténtico pero no identico! Un caffè composto, come nella ricetta originale, di 100% Arabica esclusivamente brasiliana, e ripensato per il palato dell'amante del caffè contemporaneo.

Una miscela dedicata ai professionisti, in cui le migliori arabiche naturali brasiliane danno vita a un espresso corposo, dolce e morbido... como mi. Il gusto amabile è arricchito dalle note di miele della Cereja Apassita, una varietà che, come tutte le altre contenute nella miscela, cresce in maniera sostenibile in Brasile e viene selezionata con molta attenzione solo in coltivazioni certificate Rainforest Alliance.



La tostatura lenta e delicata si ispira a quella originale combinando tecniche avanzate e da tradición, per un risultato aromatico e rotondo. Dal 1961 el momento per il buon caffè è sempre al presente!

### Gran Café Paulista ritorna, alla riconquista del barista!

Baristi e ristoratori avranno a disposizione un concept di attivazione per il proprio locale, comprensivo di attrezzature, materiali di servizio e visibilità. Gran Café Paulista è disponibile in grani, capsule Lavazza Blue e lattina per l'asporto.



Per informazioni 800 806068 - lavazza.it

**LAVAZZA**  
TORINO, ITALIA, 1895



# VIAJE *hacia el* ALMA DE CUBA



*La Cuna  
del Ron Ligero*

*Donde mar, tierra y cielo  
se encuentran*

RAPPRESENTATO DA



RINALDI 1957

BEBE RESPONSABEMENTE

DRINKIQ.com

# LA REGOLA DELLO 0,05

**S**embrerebbe che l'essere umano nasca con un deficit di alcol nel sangue e che il nostro organismo potrebbe funzionare alla perfezione solo raggiungendo un tasso alcolico dello 0,05 per cento. È la teoria di "Drunk" la pellicola di Thomas Vinterberg, Oscar 2012 per il miglior film straniero e che in italiano ha il titolo eloquente di "Un altro giro", attribuita a Finn Skårderud, uno psicologo norvegese (*nella foto una scena del film*). Succede così che un gruppo di quattro amici, insegnanti sull'orlo di una depressione profonda, decida di sperimentare gli effetti di un'ipotesi che finirà, prima degli abusi dalle conseguenze facilmente immaginabili, per restituire alle loro vite annoiate e scoraggiate, un'altra possibilità, una seconda insospettabile chance. Gioiosa. Churchill docet: non avrebbe sconfitto la Germania se fosse stato astemio. Non è il primo film sull'alcol e non è nemmeno un film sull'alcolismo. Lontano da ogni retorica e contro qualunque abuso, da cui, sia chiaro, mette bene in guardia, "Un altro giro" è un film contro l'ipocrisia del politically correct. Un antidoto alla rigidità del convenzionale. L'opportunità di «guardare le cose da angolazioni diverse» sottolinea (a pag. 64) Marco Moreggia a proposito delle nuove regole post-pandemiche e dei nuovi protocolli. Signore della notte e abile provocatore, un anno fa, Moreggia ha fatto riaprire il Piper di Roma per farci poi un video (discoteca vuota e nessuno che balla) che ha fatto discutere. Così come fanno discutere i nuovi protocolli per l'apertura in sicurezza del "mondo della notte". Ci vorrebbe un altro punto di vista. Proprio come quello di "Drunk". Che in contrasto con l'aridità del presente, non è altro che un inno alla gioia di vivere, la celebrazione dell'alcol (e del divertimento organizzato) che (in dosi opportune e responsabili) è di sostegno alla vitalità. Prosit.



## TASSONI&LUNELLI

I rumors della vigilia parlavano di quattro pretendenti, ma alla fine è stato il Gruppo Lunelli ad acquisire la storica Cedrata Tassoni lanciata nel 1956, brand che esprime valori come tradizione e rispetto di qualità e territorio. Con questa importante acquisizione il Gruppo Lunelli, che comprende già i brand Ferrari Trento, Bisol1542, Surgiva, Segnana e Tenute Lunelli, persegue la sua mission nel creare un polo del beverage italiano di alta gamma. Matteo Lunelli, CEO del Gruppo Lunelli ha dichiarato che il marchio sarà posizionato come il Luxury Soft Drink italiano, verrà aumentata la sua presenza sui mercati internazionali e sarà sviluppata ulteriormente la gamma di prodotti Tassoni.



### COME UNO CHAMPAGNE

Con Chandon Garden Spritz il colosso LVMH cerca di inserirsi nel mercato dell'aperitivo in cui lo Spritz la fa da padrone, settore in cui Prosecco e altri vini spumanti continuano a registrare crescite importanti grazie al loro utilizzo nella preparazione di Spritz. La nuova bevanda, facile e pronta da bere, è ispirata proprio al celebre aperitivo. Nella sua composizione Chandon Garden Spritz prevede l'uso di vino bianco frizzante e un corpo botanico a base di arance fresche macerate con bucce d'arancia secche, erbe e spezie. La maison esclude aromi e coloranti artificiali mentre la bottiglia è ispirata a quella del celebre Champagne. Moët & Chandon sin dagli anni '50 ha nel suo catalogo Chandon, un vino frizzante venduto al di fuori dell'Europa.

## ARTESIAN BAR

Per la riapertura di maggio l'Artesian bar del The Langham Hotel di Londra, ha preparato il nuovo cocktail menu "Connections" che comprende 18 ricette divise in cinque sezioni, ognuna con la propria identità. La prima sezione, a tema "Wellness & Mindfulness", comprende bevande con gradazione alcolica inferiore e alcune completamente prive di alcol. "Celebrazione" è la sezione che offre ai clienti il gusto dello Champagne e del lusso. "Community" include i brand che supportano The Langham. La quarta sezione, "Sostenibilità", punta sui contenuti ecosostenibili degli ingredienti utilizzati nelle ricette. Infine, "Happiness" è una raccolta di cocktail ispirati alle destinazioni esotiche che non si sono potute raggiungere durante il 2020.



## SPIRITO URBAN E SOSTENIBILE

Il Gin più premiato al mondo presenta una nuova bottiglia potentemente simbolica. Un design ispirato alle sue origini e a un mondo sempre più sostenibile. Lo spirito urban e l'anima londinese si materializzano in un'estetica affine all'iconico mattone di Londra. La nuova bottiglia The Fresh New Beefeater riduce la plastica del 90% e ottimizza il processo produttivo diminuendo l'impatto ambientale attraverso la riduzione del consumo di acqua e della produzione di carbonio. La bottiglia riprende la forma del tipico mattone londinese, sul tappo rosso si evidenzia la scritta in oro, l'etichetta, dalla forte identità visuale, si materializza grazie alla goffratura e alle linee dorate in rilievo che fanno da sfondo al guardiano della Tower of London.



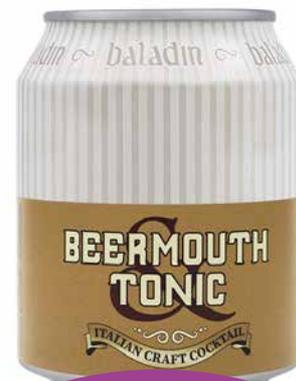
## MICAELA PALLINI NUOVO PRESIDENTE FEDERVINI

La dinamica manager romana alla guida di Pallini SpA è stata eletta alla Presidenza di Federvini,



l'associazione confindustriale dei produttori di vini, spiriti e aceti. Già presidente del Gruppo Spiriti, Micaela Pallini succede a Sandro Boscaini (Masi Agricola) che ha guidato l'associazione per due mandati dal 2014. Alla vicepresidenza della Fe-

derazione sono stati nominati Piero Mastroberardino (Mastroberardino) e Aldo Davoli (Gruppo Campari). L'Assemblea ha rivolto un ringraziamento particolare al Presidente uscente, per l'intera attività svolta e per l'impegno profuso nell'ultimo difficilissimo anno della pandemia. Insieme ai ringraziamenti, l'Assemblea ha rivolto un messaggio di auguri al nuovo vertice per le sfide di rilancio che attendono il settore.



## PICCOLI COCKTAIL

Ci sono il Beermouth Tonic, il Beer Americano e il Moscow Beer. Cocktail presentati in lattina da 23,7 cl che di fatto li trasforma in bicchieri in alluminio. È la nuova idea di Teo Musso, il piemontese che nel 1966 ha creato il birrificio Baladin, che punta ora al mondo degli spirit e della mixology. In collaborazione con Dennis Zoppi è nato il Beermouth, un Vermouth a base birra aromatizzato con 13 botaniche diverse.

Alla conquista dell'Horeca e del mercato casalingo.

# DAL BALCONE AL BANCONE

E se la primavera arrivasse quest'anno il 1° giugno?

Naturalmente, la pandemia con tutte le sue conseguenze non è ancora alle nostre spalle, ma la data di oggi segna la fine di un lungo inverno e una nuova rinascita. Sembra che finalmente soffi un vento di libertà che ci fa riscoprire alcuni piaceri semplici, come godersi un drink o un pasto sulla terrazza di un bar, caffè o ristorante.

Mentre celebriamo questo momento, è impossibile non dedicare un pensiero a quelle aziende che sono state particolarmente colpite dalla pandemia, comprese ovviamente le discoteche, che devono ancora affrontare un futuro incerto. Dietro il bancone di ogni caffè, bar o ristorante, troverai donne e uomini che hanno superato molte sfide e hanno dimostrato grande ingegnosità per sopravvivere.

Molti di loro hanno reinventato le loro attività durante questo periodo, concentrandosi sulle vendite da asporto e sui servizi di consegna locali per rimanere a galla. Incarnano perfettamente la resilienza che il nostro paese ha dimostrato dall'inizio della pandemia, poiché sono finalmente in grado di tornare al mestiere che intraprendono con tanta passione. La progressiva riapertura di bar e ristoranti segna il ritorno alla vita di una meravigliosa industria da cui dipendono produttori, agricoltori, grossisti, camerieri e chef. Con loro, e grazie a loro, tornerà la vita familiare che era scomparsa dalle nostre strade: il via vai di clienti e camerieri, le conversazioni, il tintinnio dei piatti, dei bicchieri e dei cucchiari – tutta l'atmosfera che amiamo, e che è stata troppo a lungo messa a tacere.

L'aumento dei consumi domestici non ha compensato la mancanza di attività in bar, caffetterie e ristoranti. A riprova, se ce ne fosse bisogno, che uscire a bere qualcosa è soprattutto sete di interazione sociale. Se c'è una cosa che la pandemia e i successivi blocchi ci hanno mostrato, è semplicemente la nostra schiacciante necessità di stare insieme. Siamo tutti attivi online e l'era digitale ha trasformato il nostro rapporto con le nostre comunità, e questa è una buona cosa. Tuttavia, ha anche cambiato il nostro rapporto con il tempo, obbligando tutti noi a vivere a un ritmo più veloce. Ma i caffè rimangono spazi senza tempo. Accomodarsi a tavola, mettersi a proprio agio, è darsi il tempo per assaporare l'infinita felicità di ritrovarsi insieme.

Dopo un'attesa così lunga, quel primo caffè seduto a un tavolo con un occhio all'orologio, quel piatto che scegli con un po' più di cura di prima, o quel drink dopo il lavoro con le persone che ti sono più mancate, avranno un sapore diverso. Ritornare sulla terrazza del tuo ristorante preferito o provarne un altro riporterà il sapore unico di quelle emozioni che si erano perse ma che ora stai riscoprendo. Quanto al "grazie" che rivolgi alla persona che ti serve, ne sono certo, avrà una risonanza e una sincerità molto speciale.

C'è una meravigliosa varietà di caffè, bar, hotel e ristoranti nel nostro Bel Paese. Formano una rete la cui autenticità e diversità ne fanno l'invidia del mondo. Abbiamo anche il privilegio di trovare nei loro menu prodotti di alta qualità, frutto di un duro lavoro nelle nostre numerose regioni. È tempo di riscoprirli con la soddisfazione che deriva dal contribuire al sostegno di un intero ecosistema e alla perpetuazione della Dolce Vita.

Le circostanze senza precedenti in cui ci troviamo dovrebbero anche servire da campanello d'allarme. Ci sono valori che non devono mai essere dati per scontati, primo fra tutti la responsabilità. Essere responsabili significa prima di tutto bere con moderazione, ma ora significa anche rispettare le linee guida di salute pubblica in atto per garantire a tutti di godersi la vita insieme. Sebbene desideriamo tutti ricominciare a vederci ancora una volta e per molto tempo, questo impegna anche la nostra responsabilità come individui.

In attesa di tornare a pieno regime, migliaia di locali e professionisti si aprono a noi impazienti di accoglierci, come noi di vederli, come amici con cui siamo rimasti in contatto ma di cui abbiamo sentito fin troppo acutamente l'assenza. Da oggi ogni singolo caffè, ogni bar, ogni ristorante è una comunità che si riunisce di nuovo, aperta a tutti in modo inclusivo. Tornano ad essere luoghi di libertà, sincerità e di seduzione. Sono molto orgoglioso che il nostro Gruppo e i suoi ambasciatori siano al fianco di queste attività anche in un momento così difficile, rendendo vera più che mai la nostra ragion d'essere: "créateurs de convivialité".

Oggi, 1° giugno 2021, come molti di voi, tutta Pernod Ricard sarà alla riapertura dei nostri amati locali.

*Tradotto e adattato da  
"Alex Ricard, A wind of freedom",  
Le Figaro*

# DAL BALCONE AL BANCONE, È TUTTO UN ALTRO SPIRITO.



Dopo aver passato momenti memorabili sul balcone, finalmente possiamo tornare al bancone! Vogliamo celebrare la riapertura dei bar e dei ristoranti in tutta Italia nel pieno rispetto delle misure sanitarie e con il cuore pieno di gioia.

Torniamo nei locali per sostenere milioni di persone che lavorano con passione in un settore che ha tanto sofferto. Ridiamo vita a questi luoghi speciali, perché la convivialità è parte di noi!



Pernod Ricard Italia  
Per Ripartire Insieme

BEVETE RESPONSABILMENTE



# MINIMALISMO E RIGORE

Meno botaniche dal carattere accentuato per profili aromatici ben distinti  
Il nuovo trend del Sol Levante

DI FABIO BACCHI

**L**e distillerie giapponesi sono note per la maniacale attenzione che pongono nella produzione di Shochu, Sake e Whisky. Negli ultimi anni anche i loro Gin hanno conquistato l'attenzione del bartending mondiale. Prodotti botanici nativi come sakura (fiore di ciliegio), hinoki (cipresso giapponese), gyokuro (una varietà di tè verde coltivato all'ombra), sanshō (un parente stretto del pepe del Sichuan) e molte varietà di agrumi indigeni, ingredienti spesso sconosciuti ai mercati esteri, differenziano questi Gin dalle specialità occidentali.

Caratteristica costante dei Gin giapponesi è quella di usare meno botaniche rispetto agli occidentali. Tuttavia la produzione di Gin in Giappone non è nuova. Già nel 1936 Suntory lanciò uno London Dry con l'etichetta Hermes Dry Gin, ma, per ragioni legate a divieti storici, il brand non conobbe mai grande diffusione.

Ai giorni nostri dobbiamo registrare la nascita nel 2016 di The Kyoto Distillery, alla quale si deve il primo craft Gin del paese: Ki No Bi che traccia un solco con il tipico stile London Dry che è il modello di riferimento. A Ki No Bi seguì subito



Roku Gin, del gruppo Suntory, e ben presto altri brand che avevano come obiettivo il mercato USA.

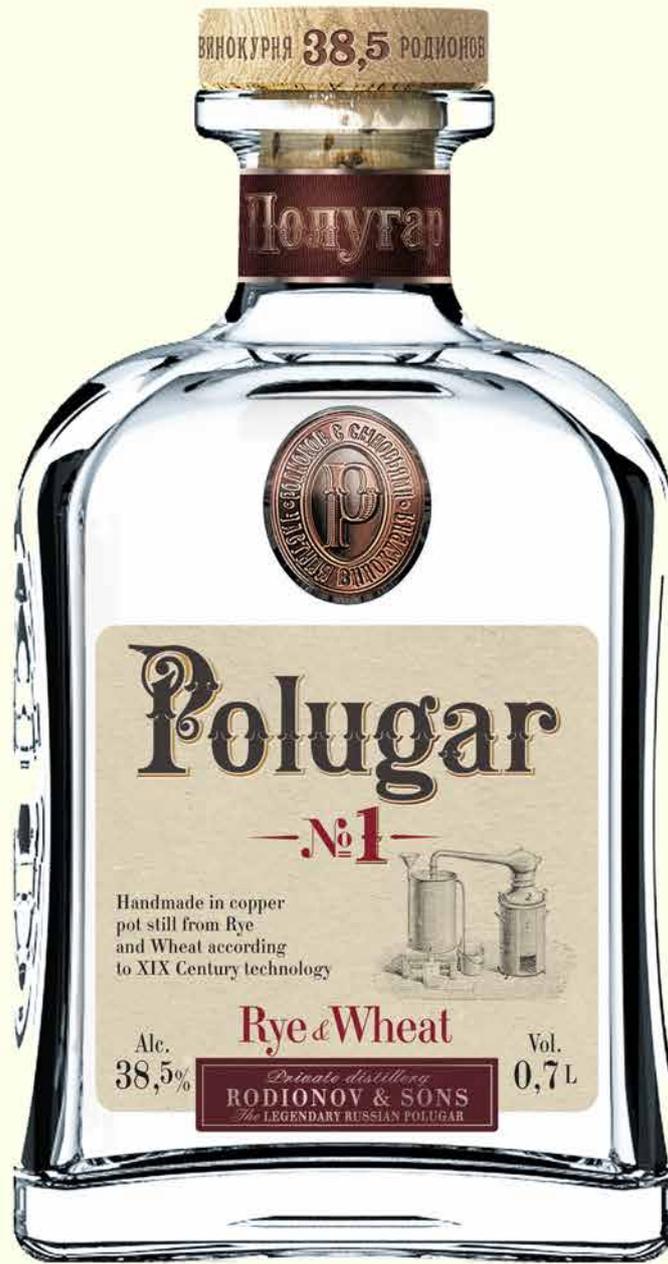
La maggior parte dei Gin giapponesi è prodotta con alcol cerealicolo, riso, orzo o mais, derivato dalla produzione di Shochu o Whisky. Tuttavia una nuova generazione di distillatori utilizza di tutto, dalla patata dolce usata per il Shochu alla canna da zucchero. Non ci sono particolari disciplinari di produzione, come per Sake, Shochu e, recentemente, per il Whisky. Le botaniche autoctone vengono accuratamente selezionate per rientrare in quelle che potremmo definire sei categorie gustative di Gin: classica, agrumata, al tè, erbacea, speziata e floreale. Macerati, infusi, distillati separatamente o meno, le botaniche sono trattate in modo tale da mantenere il loro carattere

distintivo, tutto con rigore assolutamente giapponese.

Sebbene sia comunque difficile assegnare un profilo aromatico tipico ai Gin giapponesi, ciò che li distingue dalle produzioni occidentali è il ginepro che passa spesso in secondo piano. Che sia floreale e delicato, maltato e morbido, o vibrante e agrumato, avere un Gin giapponese in bottigliera non significherà mai essere ripetitivi.

Dobbiamo anche dire che in Occidente si sono affermate produzioni di Gin ispirate allo stile giapponese. Tra queste: Akori in Spagna, Jinzu in Scozia e Yu Gin in Francia. Quella che segue è una rappresentanza di alcuni brand giapponesi presenti nel nostro Paese, prodotti estremamente interessanti e unici per definizione.

# TUTTA LA LINEA



# IN ESCLUSIVA PER L'ITALIA



RINALDI 1957

DRINK RESPONSIBLY



## KAIKYO DISTILLERY

La famiglia Yonezawa, birrai dal 1856 e fondatrice di Akashi-Tai Sake, inizia a distillare Sochu e liquori nel 1918. Nel 2017, per prepararsi ai festeggiamenti dei 100 anni di attività, Kimio Yonezawa, proprietario/Toji della Akashi Sake Brewery, decide di rinnovare l'area dell'azienda dedicata alla distillazione e fonda The Kaikyo Distillery Company. La produzione è profondamente rinnovata con la sostituzione del vecchio alambicco a colonna con un alambicco twin-pot prodotto dalla famosa Forsyth's, principale produttore mondiale di distillatori per Whisky di malto.

La distilleria Kaikyo inizialmente condivide i locali con Akashi-Tai Sake e detiene una licenza di produzione di Whisky da maggio 2017. Successivamente viene spostata in locali appositamente edificati vicino al ponte Akashi-Kaikyo da cui prende il nome, come omaggio al ponte sospeso più lungo del mondo, che collega la città di Kobe all'isola Awaji passando al di sopra dello stretto di Akashi. Dopo un lungo periodo di studio e ricerca, nel 2017 Kimio Yonezawa inizia a distillare i primi Whisky di malto che verranno rilasciati come Kaikyo Single Malt nel 2022. Contemporaneamente la distilleria ha iniziato a produrre anche il Gin 135° East, il cui nome deriva dal meridiano che attraversa la città di Akashy nella Prefettu-



ra di Hyogo, che è divenuto fin da subito uno dei più apprezzati del paese del Sol Levante.

### 135° EAST HYOGO DRY GIN

**Origine:** Prefettura di Hyogo

**Tipologia:** Distilled Gin

**Alambicco:** Pot Still

**Botaniche:** ginepro, yuzu, foglie di shiso, fiori di crisantemo, pepe di Sansho, angelica, coriandolo, legno di cedro.

**Profilo:** bilanciato, complesso e armonico

**ABV:** 42%

**Distribuzione:** Ghilardi Selezioni



## KYOTO DISTILLERY

Questa distilleria è stata fondata nel 2014 da David Kroll, Noriko Tsunoda Kroll e Martin Miller. Nonostante sia ancora un'azienda giovane, Kyoto Distillery è una delle distillerie più innovative al mondo.

Negli anni '90, David e Noriko si occupavano dell'importazione di single malt scozzesi in Giappone. Conseguenza di tale attività fu l'incontro con Martin Miller, all'epoca capo redattore di Whisky Magazine. Appassionati di Gin, i tre decisero di fondare una distilleria per produrre qualcosa di innovativo nel settore. Ci vollero due anni per ottenere la licenza per distillare Gin. KI NO BI Kyoto Dry Gin fu presentato al mercato nell'ottobre 2016.

La città fu scelta in quanto ritenuta particolare per la produzione di tutto ciò che è artigianale, è a Kyoto che da cen-

tinaia di anni si perpetuano le tradizionali produzioni di tessuti, ceramica, carta giapponese. E poi per la grande disponibilità di botaniche locali coltivate da agricoltori artigiani e per l'acqua di Fushimi, dolce e con pochi sali minerali.

Tutti gli ingredienti e componenti di questo distillato provengono dalla Prefettura di Kyoto. La bottiglia di questo Gin è stata creata da dei vetrai in attività dal 1906, il suo simbolo è quello di un antico atelier risalente al 1625. Il Nome KI NO BI significa "la bellezza delle stagioni", quelle che i fondatori hanno voluto ricreare nel loro distillato, in simbiosi con la terra e la natura.

Il master distiller è Alex Davies, ex Cotswolds e Chase. Il Ki no Bi è consigliato anche con acqua calda nelle proporzioni 3:1.



Vermouth & Spirits

# DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



## *Del Professore Bitter*

Prodotti artigianali raffinati frutto del forte legame con la terra,  
ingredienti naturali e ricette classiche della tradizione

[delprofessore.it](http://delprofessore.it)



Vermouth & Spirits

# DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



BEVI RESPONSABILMENTE

## *Del Professore Gin*

Realizzati artigianalmente in Italia,  
con i migliori ingredienti naturali e nel rispetto di esclusive ricette segrete.

[delprofessore.it](http://delprofessore.it)



### KI NO BI KYOTO DRY GIN

**Origine:** Prefettura di Kyoto

**Alambicco:** Pot Still per alcol di riso

**Botaniche:** sei diverse categorie base: agrumi, tè, erbe, spezie, frutta e fiori distillate separatamente con due alambicchi Holstein e nuovamente assemblate. Le botaniche locali annoverano lo yuzu giallo, il legno di cipresso, le foglie di shiso rosso, il bamboo, lo zenzero, il pepe di Sancho e un rinomato tipo di tè verde, il Gyrokuro, la cui particolarità è quella di crescere all'ombra.

**Profilo:** al naso risulta limpido con un fresco aroma di yuzu e di foreste di bamboo. Il ginepro si completa con la aromaticità del tè e delle botaniche giapponesi. Lo zenzero dona un finale caldo e speziato.

**ABV:** 46%

**Distribuzione:** Fine Spirits

### KI NO BI SEI KYOTO DRY GIN

Questa particolare edizione potrebbe definirsi un classico english navy strength. In giapponese "Sei" significa "potenza". Medesima distillazione delle sei categorie di basi di KI NO BI.

La particolare differenza risiede nella



minore diluizione che permette aromaticità e persistenza più elevate.

**Profilo:** più corposo e deciso rispetto al fratello. Il Ginepro e lo yuzu sono coloro che beneficiano maggiormente dell'alcolicità.

**ABV:** 54,5

**Distribuzione:** Fine Spirits



## KYOIA DISTILLERY

Questa storica distilleria è stata fondata nel 1834 ad Aburasu, il cuore della Prefettura di Miyazaki, storico centro della produzione di Shochu in Giappone. «Usiamo meno botaniche rispetto alla maggior parte dei gin occidentali: puoi effettivamente assaggiare lo spirito, così come i componenti aromatizzanti». Così si esprime Shinichiro Watanabe, a capo di una delle distillerie più antiche del Giappone, riguardo la nascente categoria di alcolici, il Gin giapponese.

Watanabe vuole che la Kyoya Distillery nella Prefettura di Miyazaki rimanga fedele alle sue radici shochu di qualità superiore, spingendo al contempo il limite di ciò che può essere ottenuto con il sofisticato profilo aromatico della bevanda tradizionale. Mescolando il rispetto per le antiche tecniche e i metodi moderni Kyoya ha sviluppato Yuzu Gin, con base di Shochu (Kame-shizuku imo) prodotto secondo l'antica tecnica giapponese di fermentazioni multiple

parallele, accoppiato con una distillazione a bassa pressione a meno di 100° C.

Per la preparazione di Gin Yuzu vengono utilizzati due cuvées vintage di Shochu di patate dolci Beni Satsuma. Le puree di patate vengono fatte fermentare in vasi di terracotta tradizionali prima di essere distillate in piccoli alambicchi da 200 lt. Yuzu Gin fu introdotto sul mercato giapponese nel 2017 in quantità molto limitate.

### YUZU GIN

**Origine:** Prefettura di Miyazaki – isola di Kyushu

**Botaniche:** yuzu, cetriolo, zenzero, pepe Sancho agrume Hyuganatsu (tipico di Miyazaki), sambuco giapponese, hebesu, ginepro, coriandolo, chiodi di garofano. Ogni singola botanica è infusa nel liquido e distillata separatamente.

**Profilo:** agrumato, molto complesso ma delicato.

**ABV:** 47%

**Distribuzione:** Spirits & Colori



Vermouth & Spirits

**DEL PROFESSORE**



ITALIAN HERITAGE

DRINK RESPONSIBLY



**FIGHTING SOON**

*Del Professore Gin*

GIN Madame | GIN Monsieur | GIN Crocodile | ...

[delprofessore.it](http://delprofessore.it)

INFUSIÓN DE AGAVE COCIDO  
EL PRIMER  
**CURADO**  
DE DON TOMÁS™  
TEQUILA BLANCO



TEQUILA CURADO  
CUPREATA

TEQUILA CURADO  
BLUE AGAVE

TEQUILA CURADO  
ESPADIN

**IL TEQUILA INNOVATIVO  
NATO NEL RISPETTO DELLA CULTURA E TRADIZIONE MESSICANA.**

Tre tipologie di agave cotte secondo la tecnica della regione di provenienza per tre distillati unici.

@vanguardclub\_it

Curado è un marchio del Gruppo Vanguard, in Italia è importato da Compagnia dei Caraibi

Bevi Curado Responsabilmente



## MASAHIRO DISTILLERY

Distilleria fondata sull'isola di Okinawa nel 1883 da Shobun Higa, già chef del regno Ryuku, nota per la produzione di Awamori. Questo Gin, il primo di Okinawa, fu distillato per la prima volta nel 2017. Ispirato dalla tradizione e dalla cultura isolane, sono usate le stesse tecniche di distillazione per il locale distillato di riso, l'Awamori. In particolare si utilizzano due diversi pot still per creare un sapore unico. Okinawa poggia su suoli ricchi di sali minerali, è un'isola meridionale posizionata tra i climi di due oceani, il suo terroir ne risulta profondamente influenzato. Storicamente l'isola rappresentava un



intersezione culturale dell'Asia orientale, che ha portato una ricchezza di prodotti agricoli. In questo Gin si esprime il terroir di Okinawa.

### OKINAWA GIN

**Origine:** Prefettura di Okinawa

**Botaniche:** ginepro e cinque botaniche locali: foglie di guava, pepe lungo, rosella (tipo di ibisco), goya (tipo di melone amaro tipico di Okinawa), shekwasha, un agrume verde originario di Okinawa e Taiwan.

**Profilo:** note fruttate dolci, aromi speziati, agrumi, la tipica freschezza di un liquore tradizionale giapponese. Strutturato, fresco con toni di agrumi e note vegetali. Finale lungo e persistente.

**ABV:** 47%

**Distribuzione:** Spirits & Colori



## SUNTORY

Colosso del beverage mondiale, la storia di questo marchio inizia con Shinjiro Torii, gestore di un piccolo negozio di vini dal quale si sarebbe originato Suntory. Shinjiro Torii è uno dei padri del Whisky giapponese per il quale si ispirò al tradizionale Whisky scozzese. Il primo Gin prodotto da Suntory risale al 1936, il London Dry Hermes. Oggi Suntory conta tre impianti di distillazione, Roku è prodotto a Osaka.

Particolare il packaging della bottiglia, geometrica e spigolosa, di forte impatto. Roku significa “sei” come i lati della bottiglia e le sei botaniche particolari utilizzate nel corpo aromatico che è costruito per rappresentare tutte le stagioni.

### ROKU GIN

**Botaniche:** otto botaniche classiche tra cui ginepro, buccia di arancia, cardamomo e cannella. Sei botaniche giapponesi: foglie e fiori di sakura (ciliegio) che rappresentano la primavera. Due tipologie di tè verde (sencha e gyokuro) che rappresentano l'estate. Il pepe Sansho rappresenta l'autunno per dare freschezza e sapori e profumi mentolati, lo yuzu che matura in inverno.

**Profilo:** delicato e floreale. Profumi netti e taglienti, agrumi e pepe si rincorrono,



il tè verde, la clorofilla, lo zenzero, i toni leggermente affumicati del peperone, le spezie a fare da cornice. Tagliente e mentolato, setoso, sapori resinosi e pepati.

**ABV:** 43%

**Distribuzione:** Stock Spirits Group

**Fabio Bacchi**

# DIAMANDA

liquore al latte di mandorla

100% mandorle dolci pugliesi



BEVI RESPONSABILMENTE





**KUNOICHI di Stefano De Martino Norante  
Zenzero – Barletta**

**INGREDIENTI**

- 4,5 cl Roku Gin
- 3 cl succo di limone
- 2 cl lemongrass cordial
- 1 dash bitter al cardamomo
- Top soda alla camomilla

Tecnica: shake. Glass: Old Fashioned. Garnish: fiori di ciliegio



**THE MILLION DRY di Amerigo Baldassarra  
Sciuscià – Sora (FR)**

**INGREDIENTI**

- 4 cl Ki No Bi Dry Gin
- 3 cl Cynar
- 2 cl Punt & Mes
- 2 CL Nero Sake Italiano
- 1 dash Yuzu bitter

Tecnica: stir & strain. Glass: coppetta. Garnish: zest di pompelmo



**BEACH SUNSET di Silvia Piergigli  
Hotel Fortino Napoleonico – Ancona**

**INGREDIENTI**

- 4 cl Masahiro Okinawa Gin
- 1,5cl Liquore litchee
- 2 dash Peychaud bitter
- 2,5 cl succo di pompelmo rosa
- Top Pescamara Tassoni

Tecnica: shake & strain. Glass: balloon con ghiaccio. Garnish: basilico e more



**GIN FIJI di Vito Catucci**  
**Piano: susci italiano – Gioia del Colle (BA)**

**INGREDIENTI**

- 4 cl 135 East Gin
- 1 cl cordiale kumquat e caffè
- 2 cl sciroppo di tè verde
- 2 cl succo di limone
- 9 cl soda allo yuzu

Tecnica: build. Glass: coppetta in ceramica. Garnish: slice di kumquat



**BUTTERFLY KISS di Michela Di Zio**

**INGREDIENTI**

- 1 cl Aperol
- 2 cl Ki No Bi Sei Dry Gin
- 2 cl Vermouth Bianco
- 2 cl Crème de Violette
- 7 cl Prosecco

Tecnica: build. Glass: calice. Garnish: zest di limone



**FASCIANELLA BREEZ di BarTales Training Center**

**INGREDIENTI**

- 6 cl Yuzu Gin
- 2 cl succo di pompelmo
- 10 g miele
- 3 foglie di basilico
- 2 gocce di aceto balsamico
- Three Cents tonic water

Tecnica: build. Glass: OF. Garnish: lemon zest

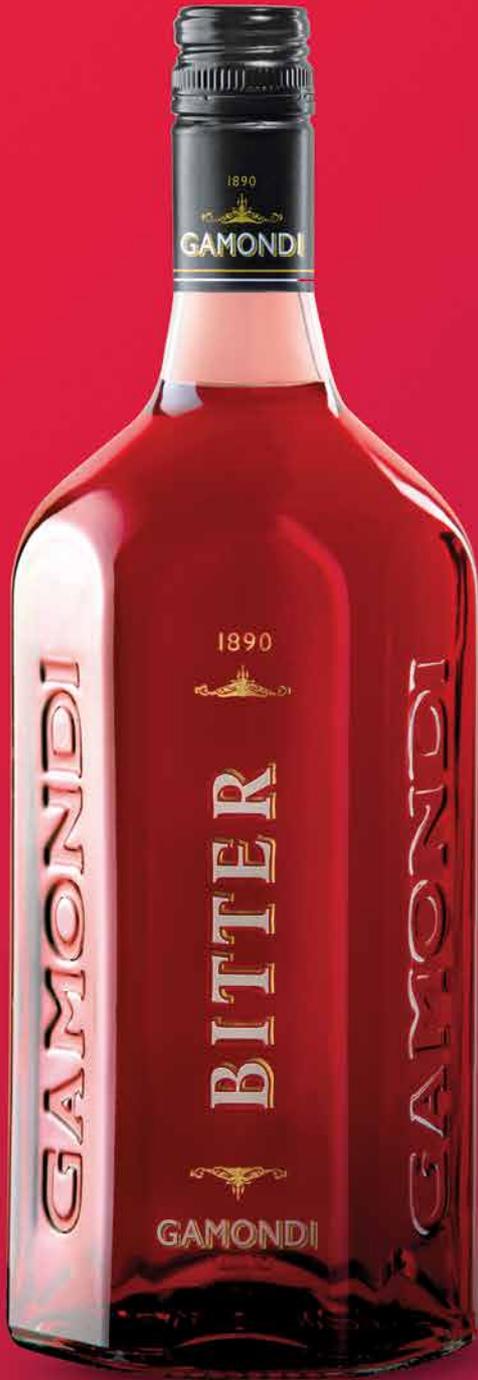
1890



GAMONDI

Vermouth  
dell'anno

2020



bevi responsabilmente



GAMONDI.IT



1890

**GAMONDI**



# Enrico Scarzella

Enrico Scarzella da Badia Polesine, Rovigo, non perse tempo quando, da giovane studente alberghiero, capì che più che la cucina gli piaceva il bartending. Imprinting professionale classico costantemente alimentato da continui corsi di aggiornamento e curiosità estrema, hanno permesso a Enrico di fondere in uno stile unico tradizione e innovazione. Dopo gli street bar veneti arrivarono le esperienze in hotel di lusso di rinomate località sarde e siciliane, nella immancabile Inghilterra, nei templi della discomusic della riviera romagnola. Ma doveva essere Bologna a incidere profondamente nella carriera professionale di Enrico. Stabilitosi a Bologna, Enrico sposò il progetto di Casa Minghetti, divenendone l'anima e portando quell'innovativo cocktail bar a essere uno dei must della cocktail scene felsinea. Arrivò quindi il tempo di Bizarre Cocktail Boutique dove mixology e tradizione dell'aperitivo si fusero per una miscelazione ready to go che si rivelò una novità di successo in città. Poi, finalmente, il sogno di ogni bartender, il proprio bar. Velluto Cocktail bar, aperto in piena emergenza sanitaria, condensa estro e genialità di Enrico Scarzella, un posto immaginato per chi vive a Bologna ma con la possibilità di avere una visione più esperienziale di servizio e consumo. Velluto Cocktail Bar è una delle nuove aperture più importanti della cocktail scene italiana. L'aspettativa dei cocktail lover è alta, ne sentiremo parlare.

## Gamondi Royal Punch

(per 4 persone)

### INGREDIENTI

- 200 ml Bitter Gamondi
- 100 ml Vermouth di Torino Superiore Rosso Gamondi
- 120 ml Crème de Cassis Gamondi
- 120 ml succo di limone
- 240 ml decotto di fiori di camomilla e iris fiorentina

### PREPARAZIONE

riporre tutti gli ingredienti all'interno di un sifone per carbonatura caricato con una bomboletta di Co2 reso frizzante. Una volta gasato il drink viene trasferito delicatamente all'interno di una caraffa e servito con ghiaccio.

### NOTE

Il drink è stato ispirato dall'attuale momento storico, dalla voglia di ritrovarsi in compagnia. Il punch è il drink conviviale per eccellenza, da bere insieme ad altre persone. Per essere un punch deve avere 5 caratteristiche fondamentali, la base moderatamente alcolica data da Vermouth, Bitter e Crème de Cassis, la fresca acidità del succo di limone, il dolce della Crème de Cassis, le note speziate che si originano da Vermouth e dal decotto di fiori di camomilla e iris fiorentina, il delicato tono amaro del Bitter. Un punch fresco, adatto alla stagione estiva, beverino e incredibilmente piacevole.

ISPIRAZIONE  
GAMONDI



# QUANDO LE BOLLE SONO KOSHER

Sette regole rigidissime  
Il rituale giudaico che assicura  
la piena osservanza al kashrut

DI VALENTINA RIZZI

**T**utte le religioni hanno i propri principi. Il Giudaismo contempla l'insieme di regole e cerimonie in uso nella legge ebraica. Sono pratiche sacre codificate. Tra queste, kashrut si riferisce all'insieme di leggi e

costumi che si applicano al cibo.

In origine, la parola Kosher significa "Adatto", "Adeguito", Kosher è ciò che è buono. Qualunque sia la spiegazione del kashrut, resta un fatto: il mantenimento straordinario delle regole millenarie.





**KOSHER**  
IN APERTURA I  
VIGNETI  
YARDEN.

Le regole affinché un vino si possa definire kosher sono principalmente sette. Possiamo trovare vari livelli di “kosheritudine” che richiedono sempre più complesse certificazioni.

1. Secondo la pratica conosciuta come orla, l'uva non può essere utilizzata per la vinificazione prima che le piante abbiano “compiuto” i 4 anni di età.
2. Nessun frutto o vegetale può essere coltivato tra i filari di viti (kalai hakerem).
3. Dal primo raccolto i terreni devono riposare ogni sette anni. Ciascuno di quest'anno sabbatico è conosciuto come shnat shmita. Qui torna dunque il “ruolo del sette” come il settimo giorno dello shabbat ad esempio. Tale regola è applicata anche ai lavoratori praticanti, i quali, dopo sette anni avranno un anno sabatico.
4. Fin dall'inizio del raccolto solo strumenti Kosher e impianti di stoccaggio possono essere utilizzati nei processi
5. di vinificazione. Tutte le attrezzature di vinificazione devono essere pulite affinché si sia certi che non rimangano corpi estranei nelle attrezzature o nelle vasche.
5. Dal momento in cui le uve raggiungono la cantina, solo gli ebrei osservanti shabbat sono autorizzati a entrare in contatto con il vino. Dato che molti produttori del paese non sono osservanti shabbat, ciò significa che non sono autorizzati a gestire personalmente le apparecchiature o il vino. Sono quindi coadiuvati in molti dei loro compiti più tecnici da assistenti ortodossi e supervisori del kashrut (mashgichim)
6. Tutto il materiale utilizzato nella produzione (es. lieviti) e chiarificazione dei vini deve essere certificato kosher.
7. Una parte del vino, che rappresenta l'offerta pagata al Tempio di Gerusalemme, deve essere versato via (truma vema'aser), lontano dalle botti o dalle vasche in cui il vino è stato prodotto.



**400**  
**CONIGLI**





# Champagne Jean Michel

KOSHER

Queste regole sono strettamente seguite e applicate in terra d'Israele. Coloro i quali vogliono produrre vini kosher altrove devono seguire le regole 4, 5 e 6.

Gli ebrei seguono fermamente e credono fermamente in tutte le regole che il Kasher stabilisce per loro, uno stile di vita, un vivere sano e rispettoso a 360 gradi.

Un prodotto per essere certificato Kasher deve presentare una certificazione che viene rilasciata da apposite associazioni rabbiniche, che si avvalgono anche della collaborazione di esperti, ed è indicata sul prodotto da un apposito simbolo o dicitura che identifica il Rabbino certificatore.

Perché un prodotto sia certificato, è necessario che esso soddisfi rigorosissimi standard di qualità e che tutte le procedure di produzione e confezionamento nonché ogni singolo ingrediente utilizzato nella sua preparazione siano conformi alle restrittive leggi del Kasheruth. L'estrema rigidità di queste norme, costituisce una tutela per il consumatore indipendentemente dalla sua religione e, nel tempo, hanno reso la certificazione Kasher un marchio di qualità riconosciuto in tutto il mondo.

I prodotti certificati Kasher non riguar-

dano solo gli alimenti come carne, pesce o formaggi. Attualmente anche il vino è sottoposto a certificazione. Va però precisato che, nella religione ebraica, è vietato bere vino o cucinare con aceto di vino, se non supervisionato dal Rabbino; per questo motivo, l'intero processo produttivo ha alcune particolarità.

La regola generale da seguire per ogni operazione manuale e ogni spostamento mosto/vino deve essere quella che l'esecuzione sia eseguita da Ebrei osservanti che collegheranno i tubi necessari e azioneranno pompe, valvole e raccordi su indicazione del tecnico di cantina. Ogni eventuale operazione eseguita da altri comprometterebbe l'intera vasca di produzione; per evitare intromissioni è necessario quindi sigillare con due segni in alto e in basso con piombi e firma. Un processo davvero laborioso, preciso, meticoloso e di un'attenzione "estrema", quasi maniacale.

I primi vini certificati Kasher erano bianchi e rossi fermi, i vini per le cerimonie sacre e per le festività. Ma il mondo cambia e per stargli dietro bisogna reinventarsi ogni giorno. Per questo motivo anche il mondo Kasher ha voluto speri-

**PROTAGONISTI**

QUI A DESTRA  
OLIVIER  
MICHEL.  
IN BASSO LA  
CANTINA.



mentare le proprie leggi sul mondo delle bollicine. Un mondo estremamente difficile e con le sue leggi.

La Maison Jean Michel ha voluto cimentarsi in questo difficile passaggio; creare uno Champagne Kosher. Differenze con uno Champagne prodotto secondo metodo champenoise? Apparentemente nessuna, ma nell'anima completamente diversi.

Lo Champagne Kosher presenta un'unica particolare caratteristica: quella di essere stato osservato dagli ebrei religiosi dall'inizio della sua produzione fino all'imbottigliamento. Non basta solo l'osservazione, anche la manipolazione degli strumenti per produrlo segue normative particolari. Tutta l'attrezzatura utilizzata deve essere lavata con acqua calda e soda caustica, quindi con acqua fredda

THREE  
ARTISANAL



CENTS  
BEVERAGES

EST. 2014

THE REAL  
*Paloma*



Distribuito da  
[www.onestigroup.com](http://www.onestigroup.com)

 [THREECENTSBEVERAGES](https://www.facebook.com/threecentsbeverages)

[WWW.THREECENTS.CO.UK](http://WWW.THREECENTS.CO.UK)

 [@THREECENTS\\_OFFICIAL](https://www.instagram.com/threecents_official)

BEVI RESPONSABILMENTE



**PALLINI**

dal 1875



BEVI RESPONSABILMENTE

(pressa, pompa, tubo, ecc.). Per i tini, invece, se sono già stati utilizzati, la loro pulizia deve essere fatta come segue: riempirli fino all'orlo finché il serbatoio non trabocca di acqua pulita e fredda, lasciare quest'acqua nel serbatoio per 24 ore, svuotare il serbatoio utilizzando tutte le sue valvole, ripetere l'operazione tre volte di seguito, lavare la vasca per rimuovere tutte le impurità.

Il lavoro è doppio, direi triplo, rispetto alle normali attività di cantina. Ogni passaggio, ogni attrezzatura, ogni minima fase di lavorazione è attentamente eseguita e osservata dai Rabbini o dai loro delegati. La realizzazione di questo tipo di Champagne è un atto religioso, per cui è molto importante che tutto il processo sia seguito esclusivamente dalle persone autorizzate, le non autorizzate comprometterebbero tutto il lavoro. Le bottiglie, finite, potranno poi essere maneggiate e spostate anche dai non addetti poiché l'anima del vino Kosher è già stata preservata all'interno.

Nata nel 1847 ad Epernay nel cuore del comune di Moussy, la maison Jean Michel conta più di 160 anni di tradizione vitivinicola in Champagne. Il suo vigneto è costituito da vigne di quasi 50 anni, altre più giovani, tre i vitigni tradizionali coltivati per la produzione di Champagne. Tutti ingredienti fondamentali per rendere i vini di Jean Michel fini, eleganti e di carattere; perché essere

un vino Kosher non significa non essere eccezionale!

I cru e le varietà di uva vengono vinificati in botti di rovere della foresta di Argonne. Tutto l'amorevole lavoro sulla vite è regolato dalle regole Kosher. Le cuvée proposte dalla Maison Jean Michel sono frutto di vinificazioni separate di tutte le vigne presenti in azienda e di annate differenti; per loro l'assemblaggio è un'arte che va gestita con estrema cura e delicatezza, per conferire a ogni bottiglia uno stile unico e caratteristico. Ne è un esempio il loro top gamma.



### **CARTA D'ORO ANNATA KOSHER 2010**

Cuvée risultante da un'unica vendemmia di qualità. Uno Champagne tutto in armonia ed equilibrio, integra i tre vitigni nella diversità: il fruttato del Pinot Meunier, l'intensità del Pinot Nero e la finezza dello Chardonnay.

#### **Note degustative**

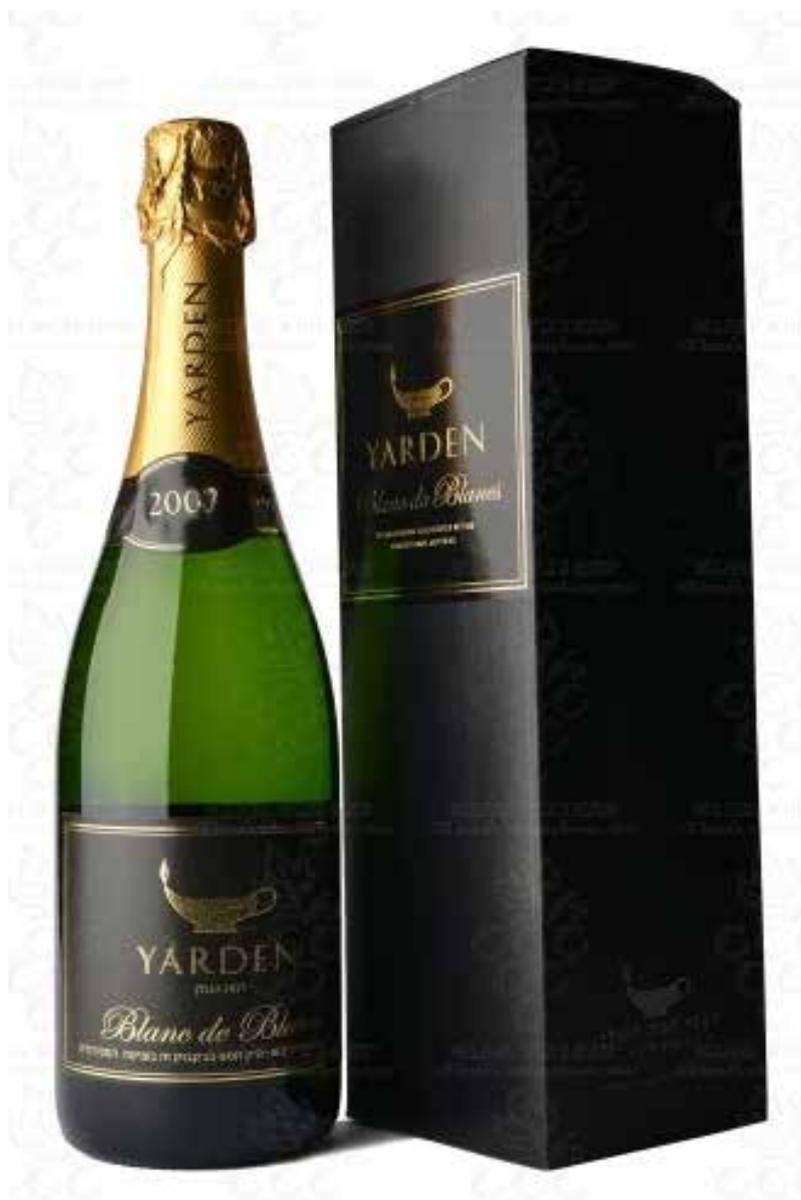
**Vista:** colore dorato brillante con un perlage fine e persistente

**Olfatto:** i profumi richiamano la frutta matura succosa come la pesca, le albicocche

**Palato:** pieno, franco, intenso e di lunga persistenza

**Supervisione kosher:** Baidatz chug Hatam Sofer Bnei

Accanto a questa splendida cantina francese, dall'altra parte del mondo, un'altra segue da



moltissimi anni i principi Kosher. Yarden, fondata nel 1983 in Israele, sulle alture del Golan, nella piccola città di Katzrin. Sin dalla sua fondazione, si è distinta per la produzione di vini di considerevole pregio e di lunga tradizione, tenuto conto che in questi luoghi la vinificazione ha origini davvero antichissime. Proprio in osservanza alla tradizione, questa azienda è una delle poche a produrre esclusivamente vini Kosher. I vigneti si trovano su una superficie che si estende dalle sponde del Mar di Galilea fino ai piedi del Monte Hermon, a un'altezza che va-

ria dai quattrocento ai milleduecento metri. Il suolo vulcanico e ricco di basalto permette un ottimo drenaggio dei terreni e il clima relativamente temperato, considerata l'immediata vicinanza del Monte Hermon, sono ideali per la coltura della vite. Cantina nata per la produzione di vini bianchi e rossi fermi, anche lei ha intrapreso da pochi anni la strada delle bollicine. Come i suoi cugini Champagne Kosher, Yarden ha voluto sperimentare uno spumante Kosher prodotto con sole uve bianche.

### **Yarden Blanc de Blancs 2010**

Questo spumante possiede una miscela delicata ma complessa di caratteristiche, nate dalla sola uva Chardonnay.

#### **Note Degustative**

**Vista:** colore giallo paglierino con riflessi dorati e un perlage delicato e fine

**Olfatto:** il bouquet di aromi è complesso e varia dall'aroma di limone e mela a quello floreale, il tutto stratificato con un pizzico di ricco pane tostato

**Palato:** la generosa acidità lo porta a un finale gustoso e fresco. Invecchierà con grazia anche per diversi anni.

Accanto alle più antiche cantine che producono Kosher non per moda ma per amore e spirito, ci sono le blasonate maison di Champagne che stanno cercando di seguire l'onda di una certificazione importante. Non è solo marketing, non è solo business, per queste persone le leggi che determinano se un alimento è Kosher oppure no è vita stessa. Legati dall'anima e dallo spirito, un legame indissolubile che ha un significato ben più profondo. Uno stile di vita che va rispettato e come tale, anche le sue leggi.

**Valentina Rizzi**

# EMPORIA GIN

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



Bevi responsabilmente. CaffoStudio



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



[emporiagin.it](http://emporiagin.it)

# ROSA JACQUEMOT

A base di Apple Jack, granatina e succo di limone, spopolò negli anni '20 e '30. Uno dei drink preferiti dello scrittore John Steinbeck

DI LUCA RAPETTI

**U**na varietà di rose, un giocatore d'azzardo e uno dei distillati più antichi della storia degli Stati Uniti d'America, sono alcuni degli indizi che conducono alla genesi di un altro classico del bere miscelato del secolo scorso.

Agli inizi del XX secolo, due importanti ricettari di cocktail, "The World's Drinks And How To Mix Them" di William Boothby e "Jack's Manual" di J.A. Grohusko, entrambi pubblicati nel 1908, riportavano la ricetta del Jack Rose Cocktail. Quella di Boothby era attribuita a tale "R.H. Townes, 62 William St, New York", del quale non è possibile ricostruire l'identità, ed era composta dal succo di un limone, una parte di granatina e due parti di Applejack: il tutto veniva shakerato con ghiaccio a pezzi e servito in un bicchiere da cocktail.

Grohusko proponeva invece una ricetta decisamente più morbida e più dolce, che includeva Cider Brandy, il succo di

mezzo lime, gocce di succo d'arancia e limone, gocce di sciroppo di lampone e infine un cucchiaino da tè di sciroppo di zucchero.

Queste due ricette furono probabilmente le prime a comparire in manuali di cocktail e rappresentano un'importante testimonianza dell'utilizzo di Applejack nella preparazione di bevande miscelate.

Solo pochi anni più tardi, nel 1911, il Jack Rose Cocktail fu menzionato per la prima volta su un quotidiano americano, il "The Daily Record" di Long Branch, New Jersey. Il cocktail, di cui tuttavia non veniva menzionata la ricetta, fu inserito nel menu che venne servito presso il Bamboo Garden di Highland Beach, New Jersey, in occasione della cena organizzata dal Sea Bright Board of Trade.

Oltre al Jack Rose, nel menu veniva proposto anche il Dry Martini e ciò dimostra come la conoscenza del Jack Rose

Handsome, souvenir menu cards were at each plate, with the floral boutenniers. The menu:

Dry Martini or Jack Rose Cocktail	
Cherry Stone Clam Cocktail	
Kalamazoo Celery	Queen Olives
Soft Shell Crabs on Toast, Tartar Sauce	z
Broiled Philadelphia Squab	Chicken
New Potatoes	Lima Beans
Country Gentleman Corn on Cob	
Waldorf Salad	
Lillian Russell	
Toasted Saltines	Cheese
Krug Champagne	Liqueurs
Mountain Valley Water from Hot Springs, Arkansas	
Cigars	Cigarettes
Cafe	



French Vermouth, and a dash of Orange bitters; serve very cold.

## JACK ROSE COCKTAIL.

A LA R. H. TOWNES, 62 WILLIAM ST., NEW YORK.

The juice of one lemon, one part Grenadine syrup, and two parts Apple Jack. Shake well with cracked ice, and strain into Cocktail glass.

fosse già ben consolidata, soprattutto nelle fasce più elevate della società, considerando che a tale cena era presente anche l'ex Governatore del New Jersey John Franklin Fort.

Un'ulteriore spinta di popolarità del cocktail si ebbe nel 1912 con l'inizio del processo per l'omicidio dell'editore Herman Rosenthal a New York City, a opera dell'agente di polizia Charles Becker e quattro gangster. Testimone chiave del processo fu il giocatore d'azzardo Jacob Rosenzweig (1876-1947), meglio conosciuto come "Bald" Jack Rose; il processo ebbe un notevole risalto a livello mediatico, su scala nazionale. Infatti, nel dicembre dello stesso anno, un articolo del "The Washington Post" spiegava come questo processo avesse avuto ripercussioni sul business dei fiori, provocando una profonda crisi

### JACK ROSE

1 teaspoonful sugar  
 10 dashes Raspberry syrup  
 10 dashes lemon juice  
 5 dashes orange juice  
 Juice ½ lime  
 75% cider brandy.

Fill glass with cracked ice, shake and strain, fill with fizz water and serve.

nella vendita delle rose chiamate "Jack Rose", che richiama esplicitamente Rosenzweig e il suo coinvolgimento nel processo Rosenthal. L'articolo continuava riportando che a quel punto buona parte dei fiorai decise di cambiare il nome della varietà di rose in "Richmond Rose", in modo da ristabilire le vendite di tale rosa che era una delle più ricercate. Stessa sorte ebbe il Jack Rose

#### STORIA

QUI SOPRA, 1908, THE WORLD'S DRINKS BY BOOTHBY. QUI A SINISTRA 1908, JACK'S MANUAL DI GROHUSKO. IN ALTO, 1911, IL DINNER MENU THE DAILY RECORD E 1911, THE DAILY RECORD THU SEP 7.

# DOPPIO INVECCHIAMENTO IN BOTTE

Un gusto sublime  
e delicato



BEVI RESPONSABILMENTE

Ron  
**ABUELO**  
PANAMA

ISPIRA GENERAZIONI DAL 1908

Distribuito da [www.onestigroup.com](http://www.onestigroup.com)



## ROSENTHAL MURDER CHANGES NAMES OF FAMOUS FLOWER AND A COCKTAIL.

Special to The Washington Post.

New York, Dec. 22.—The murder of Herman Rosenthal has seriously affected the business of florists in Brooklyn, and perhaps a good deal in Manhattan. The Jack rose, a pretty popular blossom, has often been left on the hands of the Brooklyn florists, just because it bears the same name as the informer in the famous trials.

No longer does the pretty girl like to go into a florist shop and ask for a dozen Jack roses. She'll probably take some other kind of flower rather than have to blush at the utterance of the name.

But the florists, knowing that the horticulturists have not ceased to cultivate Jack roses, despite the notoriety of "Bald" Jack Rose, have decided that there has had to be a change in the name of the blossom. Therefore, the florist has a new rose, or, at least, a new name for the old rose.

### Now Known as the Richmond.

The Jack rose now is known as the Richmond rose, and despite the fact that young men and women may know that it is the same flower, the appellation of which formerly was Jack rose, they don't mind asking for a dozen Richmond roses. It had to be done, according to the florists.

And that's not all the harm that "Bald" Jack Rose did to business. There was a serious slump in cocktails, which were known as Jack Roses. A Jack Rose is a cocktail which was guaranteed to fill the bill when it came to cultivating a keen edge on one's appetite. However, like the

florists, the bartenders decided that perhaps under another name the Jack Rose cocktail might become a good seller.

"What'll we call it?" suggested a bartender to another.

"Call it?" he answered, pausing for a rich name. "Call it a Royal Smile. That's about as different as anything that I can think of, for Jack Rose's smile only could be called royal now from the feeble attempt there is to appear happy."

### Even Bartenders Dodge It.

"Good," said the bartender, and when a customer entered the bar to get something to whet his appetite the bartender suggested a Royal Smile.

"What's that?" asked the customer. "Mysterious drink," was the response. "It's composed of one jigger of gin, one jigger of applejack, half a jigger of grenadine and half a jigger of lemon juice, and guaranteed to—"

"Give me one." There was a shaking and a clinking of ice against the thin glass, a gulp, and the Royal Smile had disappeared.

"Guess I can do with another of those," said the customer.

After the second Royal Smile he was as merry as old King Cole, and now those Royal Smiles are the thing when it comes to cocktails. But there are always persons who don't care what they call a drink. John O'Connell, at the Van Cortlandt Park Hotel, has a "Gyp the Blood" cocktail. From those who have had "just one" they find it as the poet did Sir Hudson Lowe, "by name as well as nature so."

Cocktail che venne rinominato "Royal Smile".

Veniva menzionata anche questa composizione della ricetta "one jigger of Gin, one jigger of Applejack, half a jigger of grenadine and half a jigger of lemon juice".

È interessante notare la presenza di Gin, ingrediente che fu probabilmente aggiunto per rendere il drink apprezzabile da una più vasta fascia di consumatori. Inoltre, come citato nel "News Democrat" di Paducah, Kentucky, già nel 1911 esisteva una ricetta di cocktail chiamato "Royal Smile", consistente in un bianco d'uovo sbattuto con succo d'arancia, a cui poi veniva aggiunto del Gin, si shake-rava e si filtrava.

Il 22 novembre del 1916 l'"Evening Journal" pubblicava un articolo dal titolo



### INDAGINI

IN ALTO A SINISTRA BALD JACK ROSE, QUI ACCANTO HERMAN ROSENTHAL. QUI SOPRA 1912, THE WASHINGTON POST MONDAY DECEMBER 23.

BER 22, 1916.

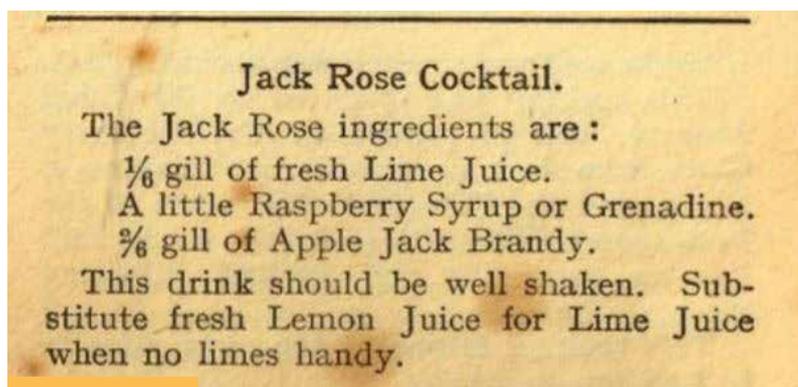
heatres

## JACK ROSE COCKTAILS SAYS PROGR FIGURE IN TRIAL ELECTE

Twenty Year Old Witness Says He Bought Them at Perry's Tavern Miss Richards  
ence in Addr Century

ALSO GOT "BULLDOGS" WOMAN MEM  
AT HOTEL, HE SAYS ELEVATE

Jack Rose cocktails and Bulldogs figured in a trial in the County Court today when Isaac C. Sweede, proprietor of Perry's Tavern in Brandywine hundred, was placed on trial charged with selling intoxicating liquor to Miss Janet E. Ric  
most prominent wo  
this country, delivere  
New Century Club  
large audience atten  
ards' subject was " Political Internatio



### ARTICOLI

DALL'ALTO  
1916, EVENING  
JOURNAL 22  
NOVEMBER.  
1922,  
COCKTAILS  
HOW TO MIX  
THEM DI  
VERMEIRE.

"Jack Rose Cocktails figure in trial", dove il Jack Rose Cocktail era nuovamente collegato a un evento di stampo giudiziario, ma questa volta il cocktail stesso ne era il protagonista, insieme a un altro cocktail, Bulldog. Il luogo dell'accaduto era la Perry's Tavern a Wilmington, nel Delaware, una vera e propria istituzione locale sin dagli anni '20 del XIX secolo. Il proprietario della taverna, Isaac C. Sweede, fu accusato di aver servito i cocktail Jack Rose e Bulldog a un minorenne, identificato come Walter Reed.

Nel corso dell'articolo la ricetta del Jack Rose veniva elencata da George L. Bleyer, bartender con una ventennale esperienza, il quale era stato chiama-

to a presenziare al processo in qualità di esperto. La ricetta era composta da Apple Brandy, succo di mezzo lime e cordiale di granatina. Ricetta che ottenne il consenso di Peter Harbison, wine steward del Hotel du Pont, anch'esso intervenuto al processo come perito.

In sua difesa Sweede affermò che entrambi i drink serviti presso la sua taverna erano totalmente analcolici e che la ricetta del loro Jack Rose Cocktail era costituita da granatina, succo di lime e bianco d'uovo. Non è possibile sapere se realmente questa fosse la ricetta del Jack Rose servito alla Perry's Tavern, ma è altresì curioso notare l'impiego del bianco d'uovo, che risultava comunque nella ricetta del Royal Smile.

Negli anni a seguire e sino all'avvento del Proibizionismo, la fama del Jack Rose crebbe ulteriormente e la sua presenza nei manuali di bartending aumentò di conseguenza: tra questi il libro di Hugo Ensslin "Recipes for Mixed Drinks".

Nel dicembre 1916 il "The Philadelphia Inquirer" pubblicizzò la vendita di Jack Rose in bottiglia da parte del commerciante Theodore Netter. A eccezione della variante con aggiunta di Gin, era chiaro che la base alcolica del Jack Rose era l'Applejack, distillato tipico del New Jersey e diffusosi anche negli altri stati tra cui soprattutto Delaware, Pennsylvania e New York.

Il Jack Rose arrivò anche in Europa, dove il belga Robert Vermeire inserì la classica ricetta di tre ingredienti (Applejack Brandy, succo di lime e sciroppo di lampone o granatina) nel suo "Cocktails How To Mix Them" del 1922. Vermeire suggeriva di shakerare vigorosamente il cocktail, poiché veniva apprezzato molto freddo e con una certa diluizione, e si



Amaretto

ADRIATICO

MADE ONLY IN ITALY

« UNA NUOVA GENERAZIONE  
DI LIQUORE AMARETTO »

\* mandorle tostate,  
pizzico di fiore di sale  
del mare Adriatico



\* mandorle bianche  
tritrate Low ABV 16% vol.  
VEGAN OK



BEVI RESPONSABILMENTE

Bio  
**CORTESE**  
 Originale  
 1959  
 MADE IN ITALY



## *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](http://BEVANDEFUTURISTE.IT)

DISPONIBILI NEI MIGLIORI LOCALI E NEL  
 NOSTRO E-SHOP [BEVANDEFUTURISTE.IT](http://BEVANDEFUTURISTE.IT)

poteva impiegare il succo di limone in assenza di quello di lime.

Differente era invece la ricetta proposta da Harry MacElhone nel suo manuale del 1923: metà del drink era a base di Applejack, a seguire 1/6 Gin, 1/12 Vermouth Dry e 1/12 di Sweet Vermouth, 1/6 succo d'arancia, 1/6 succo di lime o limone e infine granatina, che donava il colore finale.

Un'interpretazione certamente più abbozzata e riadattata al palato della clientela dell'Harry's New York Bar, dato l'impiego di Vermouth e succo d'arancia, che comunque stravolge il profilo più "sour" dell'originale ricetta statunitense, replicata invece fedelmente da Pedro Chicote nel suo libro del 1928 e anche dal Frank Meier del Ritz di Parigi.

Il Proibizionismo americano non danneggiò la reputazione del Jack Rose, rimanendo ben saldo nella memoria dei cocktail aficionados a stelle e strisce per gli anni a seguire. Sino a questo momento non era stata fornita alcuna informazione sull'origine di questo iconico drink. Fino al 1931 quando il giornalista Albert Stevens Crockett pubblicò "Old Waldorf-Astoria Bar Days" del 1931, fornendo un importante contributo a tale proposito.

Crockett smentiva la teoria secondo cui la creazione del cocktail era stata ispirata al processo Rosenthal precedentemente citato. Egli sosteneva che «il nome è in realtà Jacque Rose, un'alterazione di Jacquemot. Fu chiamato così per il suo colore, l'esatta tonalità della rosa Jacquemot, quando preparato correttamente». La ricetta fornita da Crockett era quella classica a tre ingredienti e indicava "frappe" come modalità di servizio, cioè molto freddo.

### 129. Jack Rose Cocktail.

$\frac{1}{8}$  Apple Jack or Calvados,  $\frac{1}{8}$  Gin,  $\frac{1}{12}$  French Vermouth,  $\frac{1}{12}$  Italian Vermouth,  $\frac{1}{8}$  Orange Juice,  $\frac{1}{8}$  Lime or Lemon Juice, Grenadine enough to colour.

## JACK ROSE = COCKTAIL

Prepárese en coctelera :

4 ó 5 pedacitos de hielo.

El jugo de un limón.

1 cucharada de jarabe de granadina.

$\frac{2}{3}$  de copita de Aple Jack.

Agítese y sírvase en copa de cocktail.

## JACK ROSE

In shaker: the juice of one-quarter Lemon, one-half teaspoon of Grenadine, one-half glass of Apple Jack or Calvados; shake well and serve.

### JACK ROSE (or Jacque Rose)

Lots of readers about racketeers, and such as read only that sort of news in the papers, have believed for years that this cocktail was named after a character who turned state's evidence in the famous Becker case, which sent a Police Lieutenant to the chair. To speak in the modern way, they are—or were—all wet. The name is really Jacque Rose, a corruption of Jacquemot. It was named because of its pink color, the exact shade of a Jacquemot rose, when properly concocted.

Juice of Lime  
One-third Grenadine Syrup  
Two-thirds Apple-jack  
Frappé

### RICETTE

DALL'ALTO  
1923, HARRY  
OF CIRO'S ABC.  
1928,  
COCKTAILS DI  
PEDRO  
CHICOTE.  
1936, THE  
ARTISTRY OF  
MIXING DRINKS  
BY FRANK  
MEIER.  
1931, OLD  
WALDORF  
ASTORIA BAR  
DAYS.

A partire dalla metà degli anni '30 il Jack Rose divenne il principale mezzo pubblicitario per alcuni brand di Applejack, tra cui Hildick con sede a New York e il più famoso e storico Laird's, prodotto in New Jersey sin dal 1780.

**JACK ROSE**

2 oz. Apple Jack.  
 White Ofan Egg.  
 1/2 the juice of a lime.  
 Drops Granedine.  
 Shake with cracked ice and  
 serve in a tall glass.



\* \* \* A LIFE SAVER FOR COCKTAIL FLAVOR \* \* \*

AHoy  
THERE



Don't give up the sip!

Cocktails seem bored? Don't go overboard. Perk them up... a jigger of Laird's Apple Brandy for that dry... tangy taste. Try it ... it's a "Life Saver For Cocktail Flavor."

**JACK ROSE COCKTAIL.** Mix in this order: 1-6 Grenadine... 1-6 Lemon juice... white of egg if preferred... 2-3 Laird's Apple Brandy... Ice, shake and serve.



90 PROOF

\* \* \* THREE \* STAR \*

LAIRD'S

Apple Brandy

LAIRD & CO., Scotchville, N. J.



**JACK ROSE**

IN ALTO A SINISTRA, 1939 SLOPPY JOE'S, A DESTRA LAIRDS JERSEY LIGHTNING. QUI SOPRA, 1937 MONTEPLIER EVENING ARGUS WED AUG 4.

Proprio in una delle pubblicità del Laird's Applejack, apparsa sul "Montpelier Evening Argus" del 1937, il Jack Rose era menzionato come perfetto esempio di come questo distillato fosse versatile nella preparazione di cocktail. L'importanza di questa pubblicità è insita nella ricetta proposta, che oltre ad Applejack, granatina e limone, suggeriva anche il bianco d'uovo "su preferenza". L'aggiunta di questo quarto ingrediente, che donava una texture più morbida e rendeva il profilo "sour" del drink più ap-

procciabile, si diffuse anche sul territorio cubano, come testimoniato nel manuale dello Sloppy Joe del 1939.

Un'altra importante testimonianza giunse attraverso il libro di Charles H. Baker Jr. "Around The World with Jigger Beaker And Flask" del 1946, in cui l'autore proponeva la ricetta "The Smile" che rispecchiava quella del Jack Rose. Baker affermava inizialmente che il The Smile era la specialità del celebre ristorante di New Orleans "Antoine's" fondato nel 1840. L'autore suggeriva l'uso



# EL DORADO

DEMERARA RUM

**PRODUCT OF GUYANA**



OAKS & ÂMES  
di OXENHAM

UNA DELLE PIÙ  
PICCOLE E  
QUALITATIVE  
DISTILLERIE DI RUM  
DELLE MAURITIUS.  
FONDATA NEL 2010

OAKS & ÂMES  
MAURITIUS  
PURE SINGLE RUM  
WHITTE  
DISTILLED FROM PURE SUGAR CANE JUICE  
43% Vol. | 70cl  
OXENHAM  
DISTILLERY | 2010



## THE SMILE

Antoine, in New Orleans, has through many years been a gathering place of people who possess good tastes of varying sorts. This specialty of his sometimes known as Antoine's Smile, is simple to make, the only requirement being that the apple brandy be not "Jersey lightning" six months in wood, but aged, and at least five years old—and the older the finer, of course.

Aged apple brandy, or applejack,  
1 pony

Lime, juice  $\frac{1}{2}$  small; or  $\frac{1}{4}$  lemon  
Grenadine, 1 dash

di Apple Brandy con un invecchiamento maggiore di quello che era solito avere il "Jersey Lightning", ossia il tradizionale Applejack del New Jersey, il cui esempio più noto era il Laird's. La ricetta includeva Applejack o Aged Apple Brandy, succo di lime o limone e granatina.

Probabilmente il nome "The Smile" si riferiva all'iniziale "Royal Smile" citato nel 1912 e che quindi risultava già in circolazione da alcuni anni. L'autore concludeva poi così: «This is simply a drier and better version of the Old Jack Rose... and is the precise shade of the famous Jacqueminot rose».

Il Jack Rose Cocktail sopravvisse ancora per molti anni, grazie soprattutto al suo continuo utilizzo nella campagna marketing di Laird's che durante gli anni '70 e '80 identificò il suo Applejack come l'ingrediente principale di questo classico.

Quale sia stata l'origine precisa di questo cocktail non è ancora dato saperlo, tuttavia è importante comprendere l'evoluzione e le differenti interpretazioni che lo hanno caratterizzato, permettendogli di giungere sino ai giorni nostri e trasmettere la memoria storica di cui fu testimone.

**Luca Rapetti**

## STORIA

QUI A SINISTRA  
1946 AROUND  
THE WORLD BY  
BAKER.  
IN BASSO THE  
NEWS JOURNAL  
THU APR 27  
1961.



Reserved for the unhurried  
**JACK ROSE**  
COCKTAIL

Make a delicious  
Jack Rose cocktail  
with Laird's  
Apple Jack.

**HERE'S HOW** - Combine  $\frac{1}{2}$  jigger Grenadine, 1 jigger lemon juice, cracked ice and 2 jiggers of Apple Jack in a cocktail shaker or blender. Add a dash of white of egg. Shake well and strain into cocktail glass. Enjoy without haste.

**To get your free recipe folder write Laird's Distilled Apple Jack, Sewayville, N. J. • 84 Proof.**

**The Mysterious Rise of Jack Rose** . . . One sentimental tale has it that the Jack Rose cocktail was invented by a Rotary president to immortalize the name and color of a rose plant he had once raised and loved. Another credits it to a gay-nineties man-about-New York named Jack Rose who, after painstaking experimentation at the posh Hotel Delmonico, came up with a drink worthy to bear his name. Perhaps you know the *real* story. If so, we'd love to hear it. Meanwhile, *try* a Jack Rose . . . there's nothing mysterious about how good it tastes!



# IL SEGRETO DEL DODINAGE

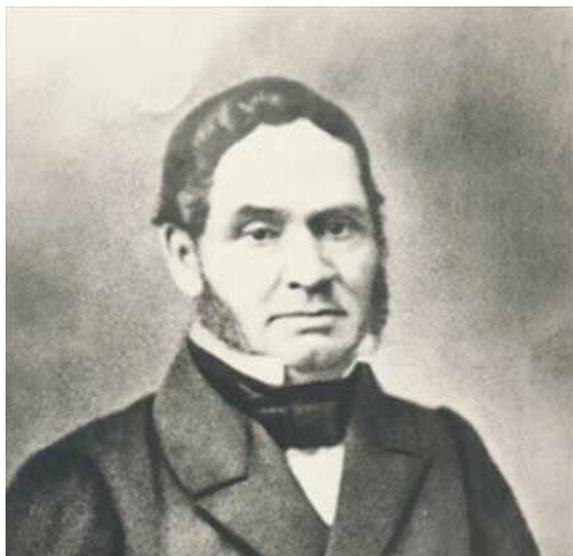
Il trattamento speciale che rende unica una delle migliori espressioni dei Vermouth francesi

DI ALESSANDRO PALANCA

**S**ono i cugini d'oltralpe dei nostri Vermouth, con i quali spesso dibattiamo sulle origini del loro uso in questo o quel cocktail, ognuno con una propria caratteristica che contribuisce a renderli tutti unici e mai banali. Sono i Vermouth francesi, il cui più iconico è sicuramente Noilly Prat che nel 2013 ha festeggiato i 200 anni di storia.

La storia del celebre Vermouth francese inizia nel 1813, quando un giovane Joseph Noilly, nato vicino Lione nel 1779, creò il suo Vermouth secco.

Ispirato e appassionato di traversate marine, Joseph Noilly osservava spesso le navi ormeggiate nel porto di Lione, con i ponti carichi di botti di vino che avrebbero superato gli oceani esposte alle intem-



**PERSONAGGI**  
IN ALTO A SINISTRA JOSEPH NOILLY. A DESTRA, LOUIS NOILLY. IN BASSO CLAUDE E ANNE-ROSINE PRAT. IN APERTURA IL PORTO DI MARSEILLAN LANGUEDOC, FRANCIA.



perie meteorologiche e del mare. Durante i lunghi viaggi per mare l'azione combinata del tempo e del clima rendevano il colore del vino più scuro e il suo gusto più pronunciato.

Nel 1801 Joseph celebrò la nascita di suo figlio Louis e l'apertura della drogheria alla quale poi seguì un negozio di vini e liquori nel 1813 a Lione.

Nel 1828 Louis Noilly prese il posto del padre nella conduzione di quella che era ormai divenuta una piccola azienda produttrice di Vermouth. Louis Noilly ave-

va avuto una idea geniale: ricreare a terra quelle condizioni climatiche che influivano sul vino trasportato via mare. Fu così che centinaia di botti di vino vennero accatastate sui moli ed esposte alle stagioni per ricreare quel processo naturale di maturazione del vino al loro interno.

Nel 1837 avvenne l'incontro che avrebbe cambiato il destino dell'azienda, tra Louis Noilly e Claude Prat. Quest'ultimo diventerà rappresentante commerciale per l'Algeria e, successivamente, entrerà anche in famiglia sposando nel 1844

# Vecchio Amaro del Capo<sup>®</sup>

RED HOT EDITION

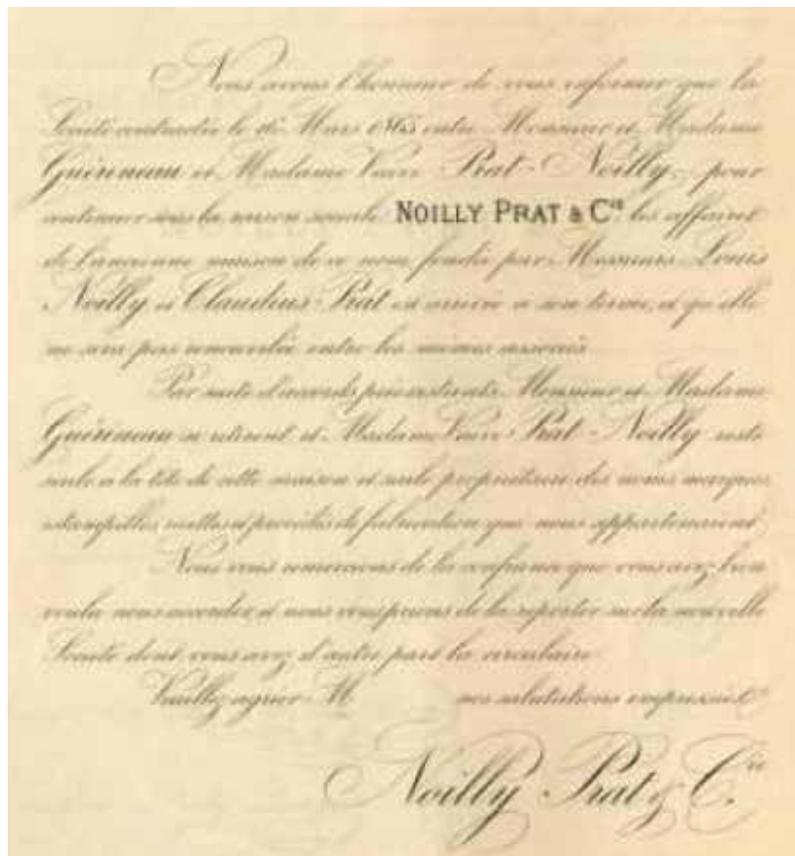
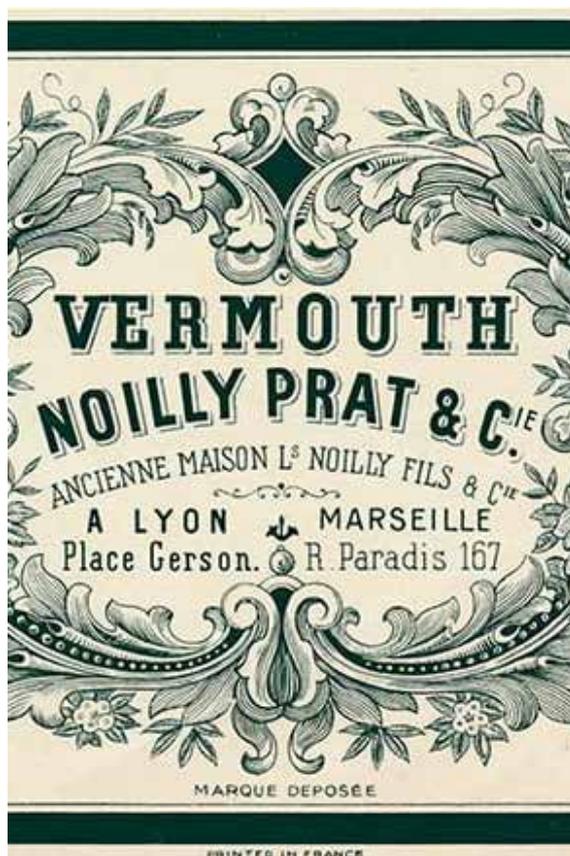
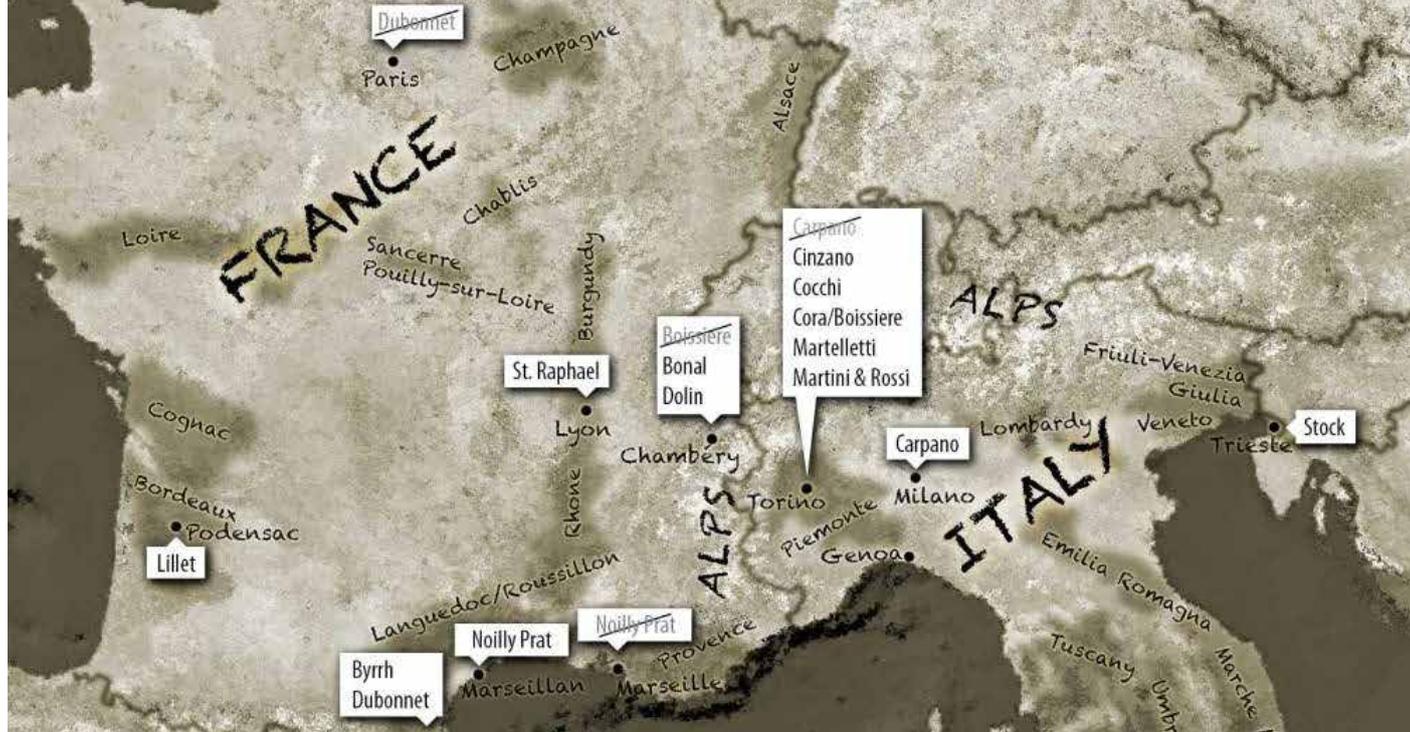
GUSTALO  
GHIACCIATO A  
**-20°**



## 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.





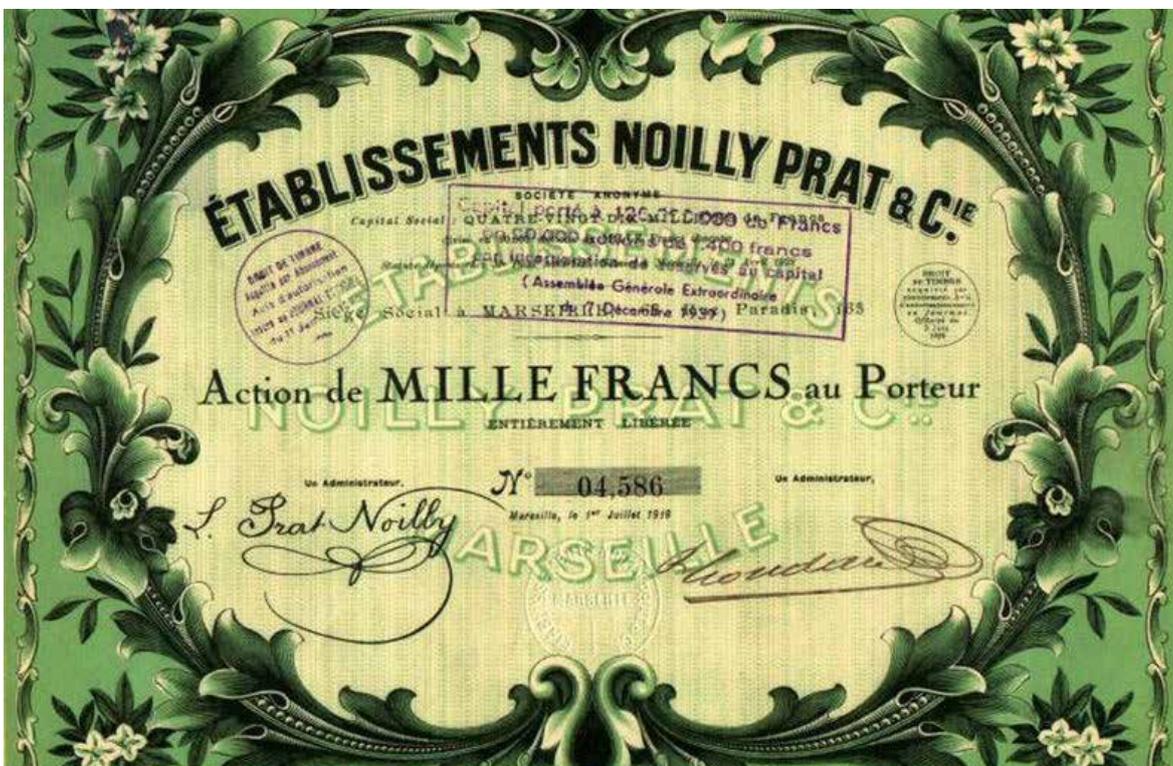
Anne-Rosine Noilly, figlia di Louis. I due uomini unirono le loro forze nel 1855 per creare Les Etablissements Noilly Prat & Cie a Marsiglia. È dunque nel 1855 che Noilly diviene Noilly Prat, la sua prima registrazione come brand avverrà nel 1856. Nel 1859 fu aperta una cantina per l'invecchiamento dei vini a Marseillan, piccolo paese sul bacino del Thau nel sud

della Francia, circondato da vigne esposte al soleggiato clima mediterraneo. Ma nello stesso anno venne a mancare Claude Prat, Anne-Rosine si affiancò al padre in azienda per gestire gli affari. Poi, nel 1866, anche Louis Noilly finì la sua vita terrena. In quel momento tutta l'azienda si ritrovò nelle sole mani di Anne-Rosine. Per oltre 40 anni la dinamica donna

**STORIA**  
 IN ALTO, LA MAPPA DELLE ZONE DI PRODUZIONE FRANCESI. IN BASSO A SINISTRA LA PRIMA ETICHETTA NOILLY PRAT. QUI SOPRA LETTERA DI PREMIAZIONE ESPOSIZIONE DI PARIGI.

**STORIA**

QUI A DESTRA  
ACTION NOILLY  
PRAT 1918.  
IN BASSO A  
SINISTRA I  
DOCUMENTI.  
A DESTRA, UNA  
PUBBLICITÀ  
STORICA.



Intérieur	Extérieur	Représentants Correspondance
1974 DIVERS EXPORT	INTERIEUR 1976	1870
Correspondance	Correspondance	Intérieur Correspondance
1869	1885	1879
AGENTS INTERIEUR	Extérieur Correspondance	Extérieur Correspondance
1975	1906	1875
Correspondance	Extérieur	Intérieur Correspondance Représentants
1907	AGENTS EXPORTATION 1976	1908
Représentants Correspondance	Correspondance	Correspondance
1894	1873	1871
Représentants	Intérieur	Intérieur
Correspondance	Correspondance	Correspondance



continuò a dirigere l'attività sviluppando strategie commerciali, esportazioni, già 130 paesi all'epoca, e la reputazione del marchio.

Il Vermouth Noilly Prat Original Dry vincerà una medaglia d'oro all'Esposizione Universale di Parigi nel 1878, un bel regalo per i due figli di Anne-Rosine, Louis

e Jean Prat che gestiranno l'azienda di famiglia dopo la morte della madre nel 1902. La storia di Noilly Prat continuerà con la nipote di Jean Prat, la viscontessa Vigier, che presiederà l'azienda dal 1939 al 1970, sino all'età di 101 anni.

La gamma dei Vermouth Noilly Prat è composta da quattro referenze, due

# Underberg®

BEVI RESPONSABILMENTE



*the  
bitter dose  
for a perfect  
Cocktail*

distribuito da onestigroup.com



ANCIENNE PHARMACIE

QUALITÀ AL SERVIZIO  
DELLA CREATIVITÀ

*Mixology Selection*



**PRODUZIONE**  
IN ALTO  
L'AZIENDA,  
QUI SOPRA, LO  
SPAZIO ENCLOS  
CON LE BOTTI.

delle quali dry. Il Noilly Prat Rouge arrivò nel 1955, seguito nel 1986 da Noilly Prat Ambré. È dai vigneti autoctoni attorno a Marseillan, dove si trova oggi la produzione, che arrivano i vini necessari alla realizzazione di questi Vermouth: il Picpoul de Pinet e il Clairette du Languedoc. Questi vini invecchiano in piccoli tonneaux di quercia esposti all'aperto nel-

la corte esterna della cantina, un posto chiamato l'Enclos. Lo spazio è riportato anche sull'ultimo packaging delle bottiglie curato dall'agenzia londinese Stranger & Stranger.

Le centinaia di botti vengono così esposte agli elementi naturali e all'influenza di quattro stagioni durante le quali i vini si concentreranno maggiormente,



**PRODUZIONE**  
 IN QUESTA  
 PAGINA LE  
 BOTTI  
 TONNEAUX.  
 QUI SOPRA LE  
 BOTANICHE.

grazie a una quota significativa di angel share (oltre il 6%), riproducendo le condizioni precedentemente subite dai vini sul ponte di grandi velieri durante le lunghe traversate. Il tempo lavora sulle botti in modo impressionante, mettendo a dura prova il legno delle doghe.

Da parte loro, le mistelle che serviranno

per addolcire i Vermouth Noilly Prat invecchiano nella Chai des Mistelles per 12 mesi. Imponenti botti di rovere, la più grande delle quali, la n. 17, con una capacità di oltre 40.000 litri, per l'esattezza 402 hl, assicurano una lenta ossidazione e un basso impatto tannico. I vini invecchiati nell'Enclos e le mistelle vengono



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

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

REC'D 3-52 1 METICULOUSLY  
 BY THE HOUSE OF  
 100 YEAR OLD  
 BRICK ENKASD  
 SHIPPED FOOT STILL

**LONDON DRY GIN**

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

No.3 Gin is made on the...  
 Made in Holland...  
 We open our...  
 LONDON...  
 Which just the...  
 The most...  
 distill...  
 unique...  
 COPPER...  
 original...  
 World...  
 of the...  
 preservation...  
 has been...  
 No.3. The...  
 for the...  
 or close...  
 GIN just at

# 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](http://no3gin.com)



imported and distributed by



[pallini.com](http://pallini.com)

BEVI RESPONSABILMENTE



## *Al Peperoncino Rosso di Calabria*

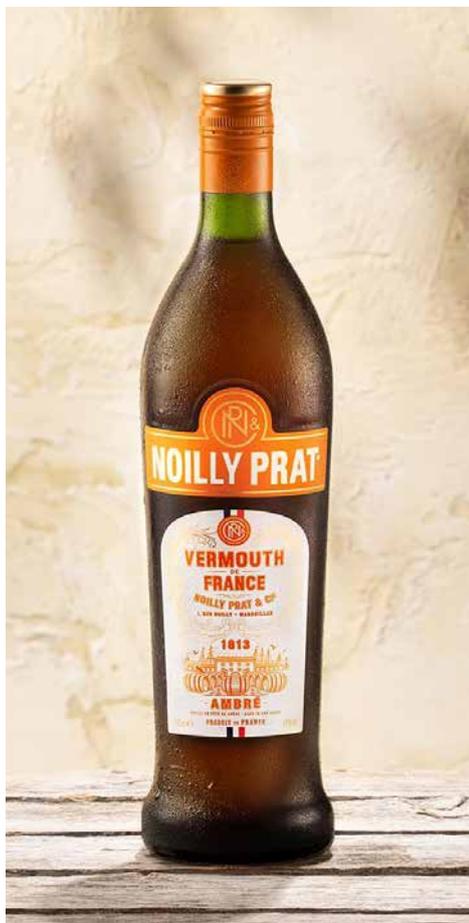
**IL GIN CHE TI RACCONTA DOVE È NATO:**

GIN ORIGINARIO vuole raccontarti le origini dei suoi ingredienti.

Si caratterizza per le distintive note floreali ed erbacee delle spezie tipiche della macchia mediterranea come Basilico, Origano, Timo, Rosmarino, Alloro, per l'armoniosità delle scorze essiccate di arancio e limone e per la dolce e delicata piccantezza del Peperoncino rosso di Calabria.



BEVI RESPONSABILMENTE



poi trasferiti nella Salle des Secrets per essere miscelati con alcolati di lampone e limone. Quindi i vini subiranno una delicata macerazione con una composizione segreta composta da circa venti tra erbe e spezie provenienti da tutto il mondo. Tra cui: camomilla romana di Francia e noce moscata dall'Indonesia ma anche cardo benedetto, radice di genziana, arance dolci e amare, rizoma di iris, sambuco, rose, cannella, cardamomo, coriandolo, polmonaria, piccolo assenzio, chiodi di garofano, china, fiordaliso e altre.

Per tre settimane, due volte al giorno, i vini vengono mescolati a mano. Questo è un metodo tradizionale chiamato “dodina-ge”, che infonde così le erbe e le spezie che caratterizzeranno Noilly Prat Original Dry, Extra Dry, Rouge e Ambré. Noilly Prat Original Dry (18°) è caratterizzato da venti spezie tra cui camomilla, china, coriandolo del Marocco, arance amare della Tunisia e sambuco; nell'Extra Dry (18°)





## RICETTE NOILLY PRAT



### MARTINI ON THE BOAT di Christopher Rovella FIB - Piemonte

#### INGREDIENTI

- 60ml Aqva di Gin Agrumata
- 20ml Noilly Prat Original Dry
- 3 gocce di colatura di alici
- 3 gocce di bitter al sedano

Tecnica: stir & strain on ice chunk.

Glass: tumbler basso. Garnish: zest di limone e profumo di Islay Mist 10yo



### DRY BREAK di Niccolò Odicini Villa Guazzo – Candiani Olivola (AL)

#### INGREDIENTI

- 30 ml distillato di birra
- 20 ml Noilly Prat Original Dry
- 20 ml aloe vera Agua de mar de Formentera alcol free
- 15 ml cordiale allo zenzero
- 1 drop olio essenziale al mandarino

Tecnica: stir & strain. Glass: coppetta. Garnish: crosta di segale tostato.

le spezie sono quattordici tra cui l'iris italiano.

Noilly Prat Ambré (16°) è consigliato in abbinamento con formaggi, il suo corpo botanico è composto da 13 tra erbe e spezie tra cui cardamomo indiano, cannella dello Sri Lanka e boccioli di rose dal Marocco.

Noilly Prat Rouge (16°), consigliato con salumi e cioccolato, è il Vermouth con il corpo botanico più complesso. Sono ben 29 le componenti aromatiche tra cui arance dolci di Spagna, cannella dello Sri Lanka, china dell'Ecuador, chiodi di garofano del Madagascar e noci di cacao del Venezuela.

Nelle prime citazioni del Martini Cocktail appare il french Vermouth, nel 1911 Noilly Prat, la gastronomia francese è rinomata in tutto il mondo e non sorprende che Noilly Prat Original Dry sia presente in molte ricette di chef stellati. Le erbe aromatiche e le spezie utilizzate aggiungono un sapore unico alle ricette, soprattutto ai piatti di pesce e frutti di mare. Ma per assaporare il gusto del sud della Francia, un tradizionale e gustoso rito è l'accompagnamento di Noilly Prat Original Dry con ostriche o altri frutti di mare.

**Alessandro Palanca**

150  
1868-2018  
**VARNELLI**



SHALL  
WE MIX?



[www.varnelli.it](http://www.varnelli.it)

BEVI RESPONSABILMENTE



# LA FEBBRE DEL SABATO SERA

Le mutazioni del mondo del “clubbing”  
Quattro chiacchiere con Marco Moreggia,  
signore della notte  
e dell’house music italiana

DI BASTIAN CONTRARIO

**A** dirvela tutta, ciò che davvero ci manca è un po’ di consapevolezza e coesione. In quest’ultimo mese alcuni bar hanno potuto finalmente ritornare a lavorare. Le regole sono però ancora molto rigide e il coprifuoco illogicamente persiste. Alcuni colleghi, quindi, non hanno potuto o non hanno voluto riaprire.

«Non ho posti a sedere all’esterno» e «troppo oneroso riconvertire una clientela prettamente straniera in locale», di-

cono alcuni. Altri, come nella prima fase della pandemia, hanno tentato ancora una volta di rialzarsi “reinventandosi”. Hanno cambiato l’offerta a volte anche in modo radicale, hanno provato ad attirare una clientela completamente diversa, hanno evitato di assumere personale extra per la stagione, come avrebbero solitamente fatto.

Verrebbe da domandarsi se queste azioni funzionino e portino a un riscontro economico, visto che stare dietro al



bancone sarà pure una vocazione, ma alla fine, bisogna considerarne anche il lato finanziario... manco i preti servono messa gratis!

La stampa o attente azioni di marketing tendono a esaltare i casi in cui il “reinventarsi” ha creato introiti, che rimangono delle realtà sporadiche. Dal canto mio, guardando questo mondo attraverso il vetro ghiacciato di una coppetta Martini, trovo ciò che sta succedendo sempre più assurdo. Come si può esaltare una realtà dove un imprenditore non è più in alcun modo libero di fare le proprie scelte? Perché “reinventarsi” dovrebbe essere una soluzione? E ancora: perché chi si assume tutti i rischi di un’impresa non è poi libero di scegliere i propri spazi, la propria clientela, la propria offerta? Davvero, è ora di combattere quest’assioma del “dobbiamo proteggerci dal virus”, perché le regole e i sistemi che stanno letteralmente di-

struggendo le imprese, e quindi le persone di cui sono fatte, non sono poste da un virus, ma da altre persone, dotate di potere di scelta. In tutto ciò vi è una parte del nostro settore che è ancora del tutto ferma, senza nemmeno la possibilità di ricominciare.

Una realtà che prima dell’inizio della pandemia in Italia occupava ben 90mila persone ma, considerando tutto l’indotto, arrivava a 400mila lavoratori impiegati. Potete immaginare cosa potrebbero fare 400mila persone unite e con un buon piano? È il cosiddetto mondo della notte, fatto di sale da ballo, club, discoteche. Ben 2.500 discoteche in Italia, per 5.300 miliardi di fatturato annuale, sempre prima della pandemia.

Come il settore dei bar e dei cocktail bar anche questo segmento, che tra gli altri vede impiegati moltissimi barman, aveva già notevoli problemi prima della pandemia globale, colpito anch’esso dal

# CANAÏMA

SMALL BATCH GIN



BORN IN THE AMAZON

#COMPDEICARAIBI #CANAÏMAGIN



**PERSONAGGI**  
MARCO  
MOREGGIA.

“nuovo proibizionismo”, che già vi ho descritto sorseggiando altri cocktail.

Ne ho fortemente voluto parlare con un personaggio d'eccezione, uno che il mondo del clubbing ha contribuito davvero a crearlo. Lui c'era quando Giovanni Pepe' inventava l'Angelo Azzurro e intanto sviluppava, insieme agli altri Ragazzi Terribili, gruppo di animatori della nightlife capitolina, quel movimento che ha poi fatto sì che quel cocktail, ma soprattutto le idee che esso rappresentava, si diffondessero in tutta Italia.

C'era nei primissimi anni 2000 al Supperclub di Roma quando grandi nomi del bartending italiano come Roberto Artusio e Leonardo Leuci dimostravano come anche nei locali di tendenza fosse possibile fare qualità (perché anche il contrario è un assioma che andrebbe scardinato). Beve Gin, ma non è un bar-

tender, perché bisogna sempre «guardare le cose da angolazioni diverse».

Lui è Marco Moreggia, signore indiscusso dell'House Music italiana più ricercata, e ho fortemente voluto avere il suo punto di vista. L'anno scorso, nel pieno della pandemia, anche Marco ha voluto fare la sua parte. «Mi avevano chiamato per una diretta, come altri dj stavano facendo in quel momento. Io però non volevo essere solo, non m'interessa mettermi in mostra. Il clubbing è fatto da molte, moltissime persone e tutte allo stesso modo lavorano insieme per la buona riuscita della serata», mi dice. Così chiama il bravissimo trombettista jazz Fabrizio Bosso con cui spesso collabora, per il bar i vecchi colleghi del Supperclub, delle animatrici professioniste e ancora la storica cassiera, dei professionalissimi “buttafuori”, gli indi-



spensabili tecnici delle luci e il service della consolle, i guardarobieri di fiducia, nonché “la signora dei bagni” che da sempre, nelle serate da lui organizzate, oltre a curare ordine e pulizia dei servizi igienici è il primo valido aiuto di chi abbia alzato un po’ troppo il gomito.

Fa aprire il leggendario Piper Club di Roma, discoteca con più di cinquant’anni di attività, un pezzo di storia d’Italia. Ne nasce un video dalla forte carica emozionale. La discoteca è vuota, nessuno balla, nessuno beve, nessuno socializza, ma tutti coloro che vi lavoravano sono lì, quasi come spettri di un mondo che fu. Il video presto si diffonde, ma non così tanto come sarebbe stato logico supporre. Come mai? gli chiedo. «Nel mondo della notte c’è molta competizione, personalmente cerco da sempre che ci sia invece unione, coesione. Purtroppo, così non è, in questo caso la mancata condivisione massiccia del video, per piccoli egoismi e invidie personali, si è tramuta-

ta in una grande occasione persa di farsi sentire per tutto il comparto».

Anche gli organi di stampa avrebbero potuto fare di più, soprattutto quelli di solito più attenti alle vicende legate, nel bene e nel male, al mondo dell’intrattenimento notturno, dando l’adeguato risalto alla notizia, che invece è apparsa solo in qualche quotidiano. Aggiunge Marco: «In Italia ci sono tanti bravi professionisti, ma con questi particolarismi si fatica a crescere tutti» (il video è disponibile sulla pagina Facebook “From my house in da house”). Non sono parole di circostanza le sue, per Marco il club, la discoteca e le nuove forme in cui il concetto si va evolvendo sono davvero un luogo per tutti e di tutti, di sana aggregazione.

Gli chiedo come ha visto cambiare il mondo del clubbing durante una carriera così lunga. «Inizialmente le serate in discoteca erano per un target ristretto; così già negli anni Novanta cominciammo a cercare spazi alternativi, in modo

# AMARO EROICO, IL GUSTO DI OGNI ATTIMO.



PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

[www.pellegrinisp.net](http://www.pellegrinisp.net)

f amaroeroico - @ amaroeroico - f Pellegrini Spa - @ pellegrinisp1904

BEVI RESPONSABILMENTE



—  
PURO  
DISTILLATO  
DI 34 ERBE  
—



da poter accogliere anche in maniera “più sportiva” le persone. Così cominciamo a organizzare serate in garage, fabbriche e altri spazi davvero alternativi, senza mai perdere ciò che di buono le discoteche offrivano, una buona qualità musicale e dei servizi».

È esattamente in questo momento che inizia un rancore sociale verso il settore, cavalcato ad hoc da politicanti e organi di stampa populistici. Perché è questo il momento in cui nascono «cose estreme e purtroppo, vuoi anche l'entrata nel settore di non professionisti, qualche incidente è capitato», ma non per questo andava combattuta un'intera categoria, che tra i suoi valori aveva anche quello della dedizione al lavoro.

«Lavorare di notte vuol dire sacrificio. Le persone che intraprendono questo tipo di professioni devono rimodulare completamente i loro rapporti familiari e con gli amici» ma, aggiunge Marco, «si è preferito guardare a una minoranza



che non lavorava bene, si è preferito sottolineare gl'incidenti piuttosto che mille casi in cui i locali erano sani luoghi di divertimento, di socializzazione e di crescita culturale ed economica per molte persone».

Come spesso accade, le cose belle non fanno notizia. Mentre io e Marco ce la raccontiamo, l'associazione italiana imprese d'intrattenimento da ballo e spettacolo ha elaborato un protocollo sottoposto al CTS per permettere a



club, discoteche e sale da ballo di riaprire anche in Italia. Purtroppo è incredibilmente limitativo. Prevede che l'ingresso si possa acquistare solo in prevendita, la mascherina deve essere indossata sempre, anche in pista. Inoltre, occorrerà presentarsi in anticipo con l'attestazione vaccinale o l'esecuzione di un tampone rapido antigenico, effettuato massimo nelle 36 ore precedenti l'evento, qualsiasi consumazione dovrà essere somministrata con materiale monouso. Ovviamente, controllo della temperatura e... niente febbre del sabato sera!

Chiedo a Marco cosa ne pensi: «Molti locali stavano alla canna del gas già prima della pandemia e c'è da scommettere che riaprire a queste condizioni non attrarrebbe affatto la clientela», lasciando i locali desolatamente vuoti come nel

video voluto da Marco.

D'altronde chi fa le norme non ha cognizione di causa. Legifera su qualcosa che non conosce o peggio conosce per luoghi comuni e preconcetti. Costringe professionisti come Marco, musicisti, barman, animatori a "reinventarsi" come quella potesse essere una via alternativa, non rispettandone assolutamente professionalità e valori. Valori, quelli del "mondo della notte" talmente importanti e universali che, dopo averli distrutti nella coscienza sociale, si vorrebbe reintrodurli con delle norme. La condanna dell'omofobia, il rispetto per il diverso, la parità di genere, il riconoscimento del valore del lavoro e della professionalità erano tutti in quel mondo, tinti del blu di quell'Angelo Azzurro.

**Bastian Contrario**

Oltre 1000 distillati, vini e sake  
attentamente selezionati per voi



[www.ghilardiselezioni.com](http://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

BEVI RESPONSABILMENTE

# UN MONDO DI FRUTTA

Oggi esistono aziende del settore, di dimensioni globali, che riescono a esprimere livelli di qualità molto elevata. Da 30 anni American Beverage Marketers (ABM) si concentra esclusivamente sulla produzione e fornitura di ingredienti senza alcol, per il bartending professionale e per il consumo domestico, con cui preparare long drink, cocktail e bevande a basso contenuto alcolico.

L'azienda, di base a New Albany in Indiana (USA) è leader di categoria da ormai 30 anni, sin da quando rilevò il

brand Master of Mixes (GDO) nel 1991.

In uno stabilimento originariamente fondato su 10.000 mq, oggi divenuti 60.000, con 8 linee di imbottigliamento ad alta tecnologia e 22 tank da 1.000 galloni l'uno, tutto il processo produttivo viene supervisionato senza esternalizzazione: dall'elaborazione delle ricette a base di frutta sino al packaging. Forti di una consolidata esperienza nel settore l'azienda continua a plasmare e sviluppare nuovi trend di consumo mantenendo il focus sulla sua specialità.

Una di queste evoluzioni è l'utilizzo dei



prodotti della linea Reàl Infused Syrups in diverse applicazioni gastronomiche.

Nell'incontro sempre più ravvicinato tra bar e cucina gli chef hanno scoperto Reàl osservando i mixologist e adesso lo utilizzano per creare salse, condimenti, dessert, antipasti. Coco Reàl è una crema di cocco lanciata nel 2006 che incontrò subito l'apprezzamento del bartending. Il tradizionale barattolo di crema di cocco venne sostituito da una ergonomica e performante squeezable bottle. Oggi la linea Reàl comprende 18 referenze.

La linea Finest Call è stata lanciata nel 1995, nel 2010 era già disponibile in più di 100 paesi nel mondo e oggi comprende circa circa 70 gusti differenti tra puree, sciroppi e premix. Per arrivare a un prodotto che contenga gli standard di qualità richiesti, ABM ha sviluppato una politica di forte sinergia e cooperazione con i produttori di frutta. I cicli di produzione della frutta fresca vengono curati insieme agli agricoltori selezionati per regione di coltura e qualità del loro prodotto. Fattori che oltretutto devono assicurare una continuità di fornitura anche in termini di volume. In ABM questa fase è affidata al direttore tecnico, Isolde Aubuchon, che lavora sulla scelta della materia prima cercandola in tutto il mondo.

Un punto cardine della mission aziendale è l'applicazione e lo sviluppo dei migliori processi produttivi ed ecocompatibili mirati alla massima sostenibilità ambientale. Tutto il packaging, bottiglie, contenitori degli ingredienti, tappi ed etichette è sottoposto a un continuo percorso di perfezionamento e rinnovamento per assicurare la massima riciclabilità.

L'attenzione che ABM pone al mercato



mira a interpretare i ciclici cambiamenti di gusti dei consumatori in modi più o meno pronunciati. La varietà quasi illimitata di frutti che crescono in tutto il mondo è fonte di ispirazione e ricerca per avvicinare il consumatore a sperimentare gusti nuovi, eccitanti, mai conosciuti prima. Pertanto, un particolare frutto o una varietà di frutta, potenzialmente, potrebbe essere la prossima grande novità in un'area di mercato sconosciuta.

Ad esempio, il Kent Mango viene coltivato negli Stati Uniti e in Messico ed è abbastanza noto. Tuttavia, la varietà Alphonso, coltivata in varie zone dell'India



INNOVATIVE  
BAR TOOLS

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

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

*Bruno Vanzan*



INNOVATIVE  
BAR TOOLS



INNOVATIVE  
BAR TOOLS



[www.brunovanzan.com](http://www.brunovanzan.com)

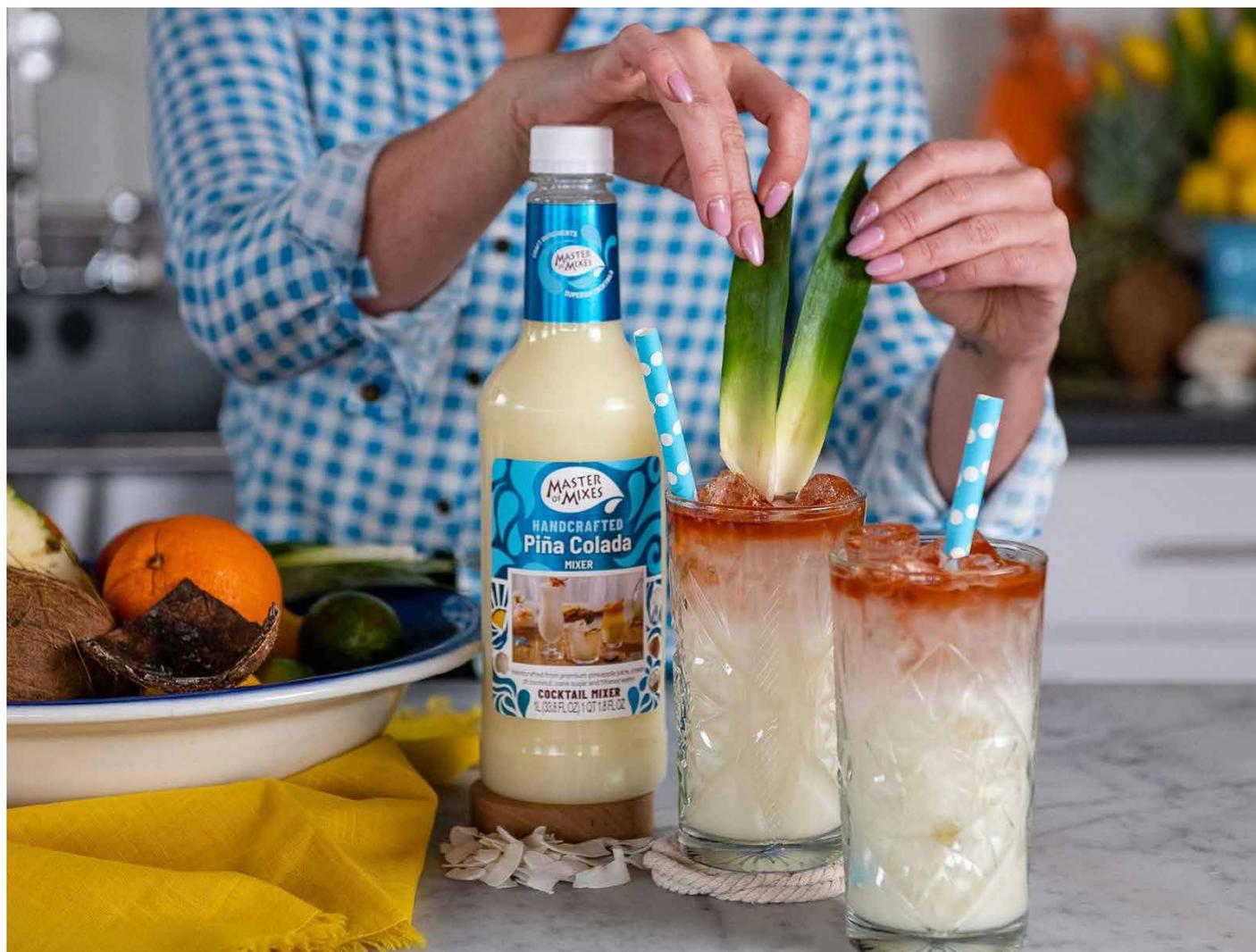


e dello Sri Lanka, è un mango di qualità superiore, per colore e consistenza, per aroma e gusto che al palato esprimono sensazioni straordinarie. Pur essendo più costoso ABM decise di puntare sull'utilizzo del Mango Alphonso perché ritenuta la migliore varietà al mondo. Il risultato è stato l'apprezzamento dei consumatori degli Stati Uniti dei prodotti ABM a base di Alphonso Mango rispetto ai competitor che utilizzano Kent Mango.

Così anche per i lime messicani (Key Lime), le fragole dalla California (Albion, Ventana e Camorosa), le banane dall'Ecuador (Cavendish Banana). Il mantenimento dell'aromaticità della frutta è del suo delicato equilibrio è perfezionato

con una pastorizzazione a bassa temperatura. ABM è giustamente fiera di avere accorciato il gap che esisteva tra mantenimento e qualità del prodotto. Durante l'imbottigliamento il prodotto viene sottoposto a un processo che ne allungherà la vita.

ABM è stata la prima azienda del settore a introdurre la tecnologia con "Nitrogen Purge", azoto liquido che evacua il 99,99% di ossigeno durante il processo di imbottigliamento. L'azoto espande sino a 700 volte il suo volume originale e forza l'uscita dell'ossigeno creando un ambiente completamente inerte e sicuro, eliminando azioni ossidanti tra prodotto e tappo.



In secondo luogo, si osserva che molti consumatori tendono a preferire bevande a basso contenuto di alcol, siano esse dolci, salate, amare o cocktail. Tradizionalmente i consumatori statunitensi scelgono bevande con un contenuto alcolico più elevato rispetto al mercato europeo, più incline a un moderato contenuto alcolico. Dalla metà degli anni 2000, la tendenza dei consumatori statunitensi è leggermente mutata verso un consumo a più basso contenuto di alcol, favorendo bevande, a esempio, come gli amari. Comprendere questi cambiamenti aiuta l'azienda a capire come indirizzare la propria offerta.

Un altro aspetto considerato è la ten-

denza verso un consumo sempre più salutare, motivo per cui ABM utilizza esclusivamente ingredienti naturali, senza coloranti o aromi artificiali, no OGM.

William Hinkebein, Marketing Vice President della compagnia, è orgoglioso di affermare che la formula vincente è il costante utilizzo di frutta fresca per tutti i prodotti, che sono anche vegan. Negli ultimi 14-15 mesi, la pandemia mondiale ha causato la chiusura di ristoranti, bar, hotel, compagnie di crociera. Ciò ha comportato un aumento del consumo domestico, con il quale i consumatori si sono cimentati nella preparazione di drink in casa.

La linea al dettaglio più venduta di in-

# 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  
**STARLINO™**  
**ARANCIONE**  
APERITIVO

SELEZIONE DI HOTEL DAL 1906

# STARLINO™

# *“Sentire Mediterraneo”*



Una linea di liquori naturali di alta gamma, realizzati a mano,  
che trova massima espressione in cocktail d'autore  
o nei grandi classici senza tempo.



[www.giardinidamore.com](http://www.giardinidamore.com)



**TEAM**  
 QUI SOPRA IL  
 SALES E  
 MARKETING  
 TEAM (FOTO  
 PRE COVID).

gredienti per cocktail è Master of Mixes, cresciuta con la grande distribuzione organizzata in tutto il mondo.

Master of Mixes è ora disponibile in molti mercati europei. A partire dal mese di luglio, in Italia sarà Onesti Group SPA a lanciare il marchio nel canale di vendita al dettaglio. Il partner Spiritual SRL servirà invece Amazon Italia e la propria piattaforma [www .barinmovimento.shop](http://www.barinmovimento.shop). Nelle regioni del mondo non tradizionalmente grandi per il consumo di alcol, i cocktail analcolici, ad esempio Virgin Coladas e Dauquiris, sono in forte crescita.

Da sempre vicina al bartending internazionale ABM ha consolidato da tempo i rapporti in questo settore in cui trova colleghi, collaboratori e amici. Questi rapporti si sviluppano concretamente nel sostegno finanziario ai centri di formazio-

ne e all'associazionismo professionale, tra cui l'International Bartenders Association (IBA) e le consociate nazionali di tutti i continenti. E ancora, il sostegno molto importante a organizzazioni che assistono i lavoratori del comparto bar/ristorante che si trovano in difficoltà. Un esempio è il supporto a CORE, che sta per Children Of Restaurant Employees. Questo è un gruppo con sede negli Stati Uniti che accetta donazioni e richieste di sostegno finanziario da parte dei lavoratori che necessitano di aiuto economico.

La ricerca di nuovi prodotti è continua ma l'offerta è limitata a poche offerte all'anno.

Oggi ABM può vantare oltre 300 referenze che sono usate in tutto il mondo per una produzione giornaliera di 1,7 milioni di cocktail.

# METTI UN WHISKY A CENA

Abbinamenti fantasiosi. Insoliti e sorprendenti. Un menu memorabile nel racconto di un esperto

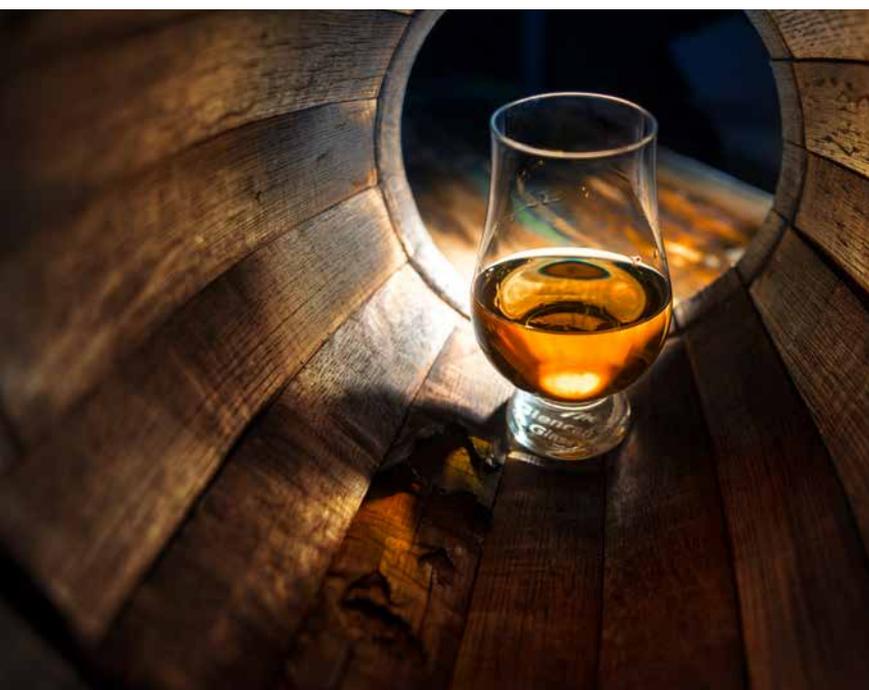
DI FRANCO GASPARRI

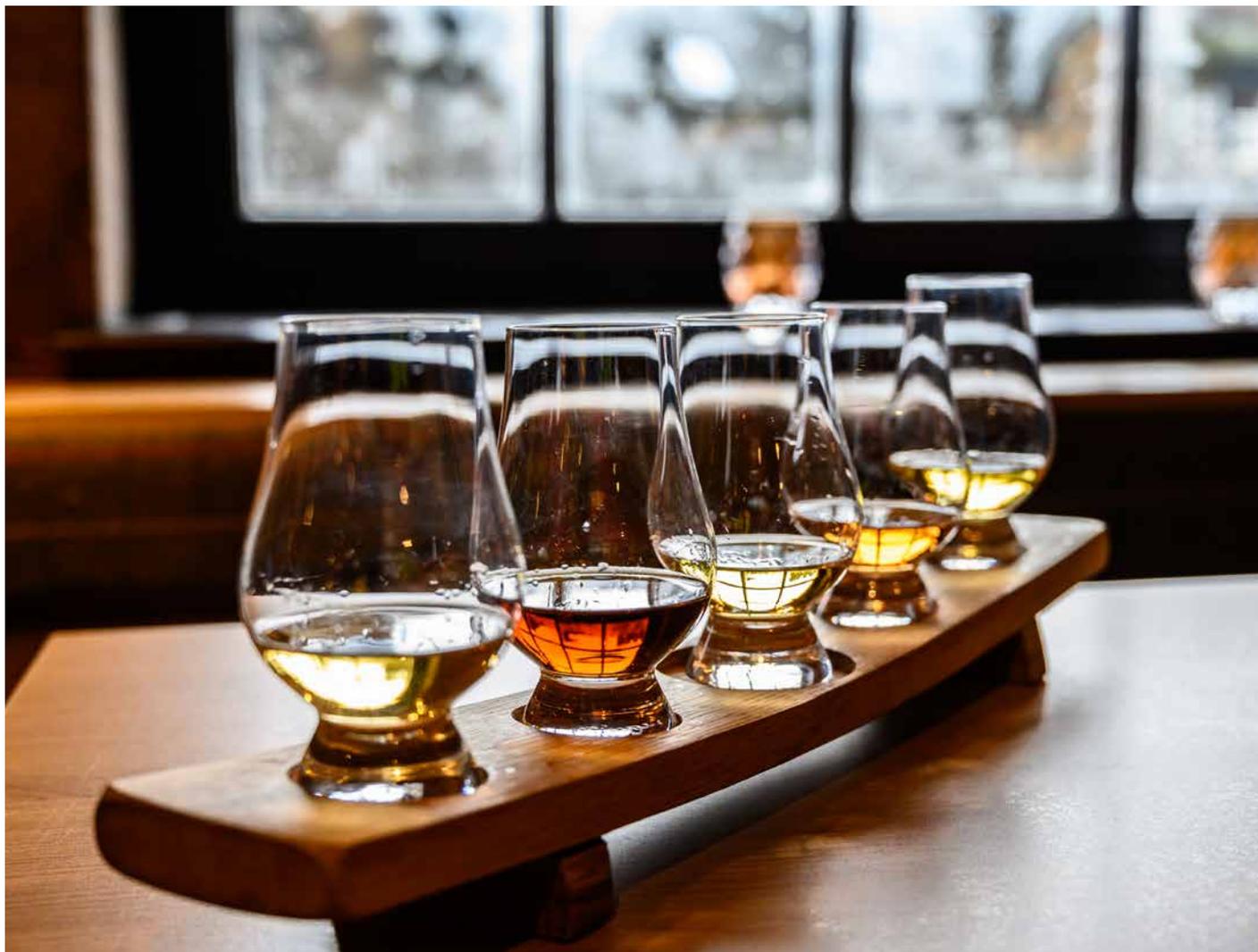
**P**asteggiare con lo Scotch Whisky è stato per me un modo per avvicinare e far conoscere questo distillato a più persone, un distillato nobile per certi versi, ma considerato da molti un vero e proprio tabù. Sono parecchi, infatti, coloro che vivono il Whisky come un prodotto molto alcolico e riservato a persone che cercano un modo per dimenticare i propri problemi. Almeno questo è lo stereotipo che, per

molti anni, soprattutto il cinema americano, ha usato per dipingere uomini pronti a tutto, fossero essi gangster o tutori della legge, protagonisti di storie maledette, di lotte fino allo spasmo, storie che riempiono i botteghini. Nulla contro questi film, in realtà sono anch'io un fan del filone "crime", però, da esperto e amante dello Scotch, a volte ritengo che questo modello sia stato un po' abusato.

Il Single Malt Scotch Whisky è un distillato ottenuto da un unico cereale, l'orzo, prima maltato, a volte affumicato con la torba, distillato in un alambicco discontinuo e, una volta eliminate teste e code, messo in una botte di rovere e lasciato per almeno 36 mesi, come vuole il disciplinare, a maturare lentamente, nel silenzio delle vallate scozzesi. Qualcuno probabilmente ha partecipato ad alcune di queste cene delle quali mi sono occupato già dallo scorso secolo, guidando le degustazioni. Ho iniziato così con piccoli abbinamenti sino ad arrivare a cene complete dove si beve solo Whisky o acqua.

Del resto, lo sapete che l'acqua è fondamentale per la produzione del single Malt Scotch Whisky, al punto che ogni di-





stilleria ha la propria sorgente di acqua, ognuna diversa dall'altra. È importante anche per la degustazione, gli esperti consigliano di accompagnare un Single Malt con un bicchiere di acqua naturale fresca, non ghiacciata, che viene sorseggiata solo per pulire la bocca tra un sorso e l'altro. Aggiungere uno spruzzo di acqua al distillato consente di sviluppare meglio le note aromatiche, permettendoci di scoprire sensazioni nascoste.

La cena di cui vorrei parlarvi si è tenuta a Marina di Ravenna al PORT of CALL, un ristorante di pesce, in collaborazione con Diageo e la delegazione AIS di Lugo di Romagna.

Ospite d'eccezione Valentino Zagatti,

grande collezionista ed esperto di Whisky conosciuto in tutto il mondo. Divenuto cieco a 10 anni ha passato la vita a collezionare e conoscere il Single Malt Scotch Whisky, diventando un'autorità del settore. La sua grande collezione oggi si trova nei Paesi Bassi a pochi chilometri da Amsterdam dove gli è stato dedicato un museo.

Il menù era così composto:

#### **Antipasto**

- Tartare di sgombro con verdure al vapore e gelatina di salsa tartara
- Cubo di salmone di Scozia con pavé di patate, rapa bianca, erba cipollina e salsa bernese

# 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.

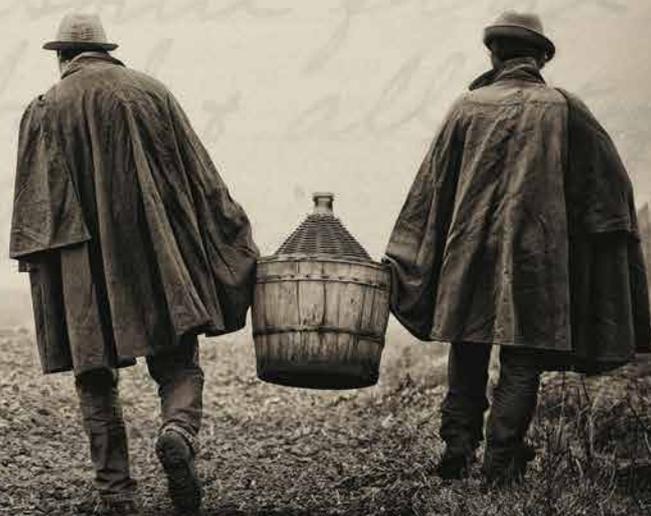
Oggi, dopo oltre cento anni, queste preziose ricette vengono riproposte in una nuova veste.

## 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.



**Abbinamento:** CLYNELISH 15 yo, Distillers Edition Sherry Oloroso finish 46° bottled 2010.

Clynelish si posiziona nelle Northern Highlands, sopra Inverness a meno di due miglia dal Mare del Nord. Questo imbottigliamento è frutto di un doppio invecchiamento, passa infatti 14 anni in botti di rovere ex Bourbon e l'ultimo in una botte che ha contenuto in precedenza uno Sherry Oloroso. Questa botte influenza il Single Malt, già molto elegante, aggiungendo una nota dolce di crema all'uovo, uva sultanina e spezie orientali. Al palato è morbido e rotondo con un finale tendente al dolce di Sherry e frutti rossi, albicocche mature e infine tabacco e noce moscata.

Il consigliato spruzzo di acqua naturale, abbassa la percezione alcolica, l'alcool compie un'azione detergente e ci pulisce il palato velocemente. Ciò che vogliamo fare è equilibrare la sua gradazione per permettere al liquido di interagire con il cibo e sviluppare una sensazione aromatica. Del resto in un abbinamento perfetto ciò che beviamo andrà ad esaltare quello che mangiamo e viceversa. In questo caso è un abbinamento per contrasto, la nota dolce di Clynelish va a contrastare la sapidità del pesce, le sue componenti fruttate andranno a combinarsi con le note fresche delle verdure mentre l'umami, la succulenza del piatto, verrà mitigato dalla componente tannica del Whisky.

### Primo Piatto

Riso Carnaroli con cappelletti scozzesi mantecato al blue Stilton.

**Abbinamento:** Rare Malt BANFF 21yo bottled 2004 natural cask strength 57,1°.



Banff prende il nome dall'omonima cittadina sulla costa nord-est della Scozia, nelle Highlands, la distilleria fu costruita nel 1824 e chiusa nel 1983. Un Whisky raro, chiamata anche "ghost distillery" proprio perché la distilleria non ha più prodotto. Uno spirito fresco e pulito, deliziosamente ricco e corposo. Note di frutteto, agrumi e leggermente erboso. Complesso e morbido al palato, con toni di miele, nocciole e cioccolato bianco. Finale di mela verde e pepe bianco.

Nell'abbinamento si consiglia di aggiungere una quantità maggiore di acqua naturale rispetto al precedente, almeno il 10%.

Cask Strength indica un Whisky con una gradazione naturale, cioè quella che



troviamo nella botte dopo l'invecchiamento. Il piatto è ricco, con una combinazione di note dolci del riso e della mantecata con il formaggio erborinato, che andrà ad aggiungere una componente di gusto decisa e di sapidità importante, le cappesante apportano un tocco di mare. Ricordando che il formaggio è molto intenso, ritroveremo nel piatto una nota leggermene piccante e grassa (umami).

Anche questo è un abbinamento per contrasto, la nota fresca di Banff andrà a contrastare la tendenza dolce della ricetta, le sue componenti fruttate e agrumate equilibrano la struttura del piatto, mentre la nota tannica farà da contrasto alla nota grassa e saporita del risotto. In questo caso l'eleganza di Banff e la sua freschezza primaverile si sposano

con il risotto in modo audace creando una combinazione intrigante tra le note erborinate e la succulenza del piatto in un matrimonio dove il gusto ha la meglio.

### Secondo Piatto

Baccalà cotto a bassa temperatura con mele caramellate e panna acida.

**Abbinamento:** CRAGGANMORE Distillers Edition 40°.

La distilleria è nello Speyside, la zona più importante della Scozia per la produzione di Single Malt. Invecchiato in botti di rovere ex-Bourbon refill, poi affinato in botti che hanno contenuto in precedenza Porto Ruby. Queste edizioni riportano anno di distillazione e di imbottigliamento, in questo caso 1992-2005 ciò significa

# PORTER'S | GIN

COLD DISTILLED

FOR A LIGHT + NATURAL FLAVOUR



Bevi responsabilmente.

**Made in a Bar, not in a Boardroom.**

Importato in esclusiva in Italia da J.GASCO srl - [info@jgasco.it](mailto:info@jgasco.it)

# MIXOLOGY FAMILY

[www.natys.it](http://www.natys.it)



 [natys\\_cocktails](https://www.instagram.com/natys_cocktails)  [natys.italia](https://www.facebook.com/natys.italia)





**Abbinamento:** BENRINNES 23YO S.R. 2009 Natural Cask Strength 58,8°.

Questo Speyside Single Malt viene invecchiato in botti ex-Sherry, il risultato è un Whisky color mogano, dolce e di grande intensità. La nota di zabaione o crema all'uovo la fa da padrone, poi si sviluppano note di albicocca disidratata e pesca matura, alla fine un tripudio di spezie. Nel cheese cake con gelato alla crème brûlée, si combinano il dolce della pasta frolla con ricotta, le note agrumate della buccia di limone e i toni abbrustoliti della crema pasticceria.

Benrinnes 23yo è dolce, denso e molto aromatico, con un ingresso morbido. La sua nota di Sherry si sposa con la crema all'uovo e le note di zucchero bruciato rompono la monotonia, il finale caldo del Whisky esalta la dolcezza finale.

Una cena a base di Whisky è un modo per sperimentare nuove sensazioni aromatiche, scoprire dei prodotti unici e rari, e aprire la mente a nuove esperienze gustative, che ci aiutano a soddisfare le nostre visioni da navigati "gourmet".

**Franco Gasparri**

che sono 13 gli anni di invecchiamento totali.

Il piatto ricorda il mare dove la nota sapida è contrastata dalla tendenza dolce delle mele caramellate e dall'acidità della panna. La ricetta presenta un certo equilibrio, il Whisky deve esaltare questi tre elementi insieme. Cragganmore DE, secco, intenso e rotondo, da una parte detergerà il palato, dall'altra bilancerà la nota dolce con toni di tabacco e legno, mentre la nota di miele e frutti rossi, tipico di questo Cragganmore bilancerà la tendenza acida della panna. L'armonia di gusto è assicurata, il ricordo di mare, il fumo di pipa e la mela cotta li ritroviamo nel finale.

### **Dessert**

Tortino di ricotta e gelato alla "creme brûlée".



# STORIA AMARA PREMIATISSIMA

Quella di un bitter iconico  
Presente in tutti i bar del mondo

DI ALESSANDRO PALANCA

**L**a storia del bitter Angostura è un viaggio che inizia nel 1824, anno in cui il dottor Johann Siegert produsse per la prima volta una tintura medicinale per alleviare i disturbi di stomaco.

Nato nel 1796 in Germania, Johann Gottlieb Benjamin Siegert, (in seguito Johann Siegert), sarebbe diventato un pioniere nell'industria degli amari. Nel 1820 arrivò in America dalla Germania per servire come chirurgo generale degli eserciti di Simón Bolívar e avrebbe vissuto con la sua famiglia nella città di Angostura, in Venezuela. Nel 1824, perfezionò la formula per "Amargo Aromatico" usata nella sua pratica medica

come elisir di sollievo per i soldati.

Siegert iniziò a esportare Angostura in Inghilterra nel 1830, nei Caraibi e negli Stati Uniti. Qualche anno addietro era stata pubblicata la prima ricetta di cocktail che prevedeva l'utilizzo degli amari. Con perfetto tempismo il dottor Siegert si trovò a vivere la golden age del cocktail dove l'uso dei bitter si sarebbe rivelato ingrediente imprescindibile.

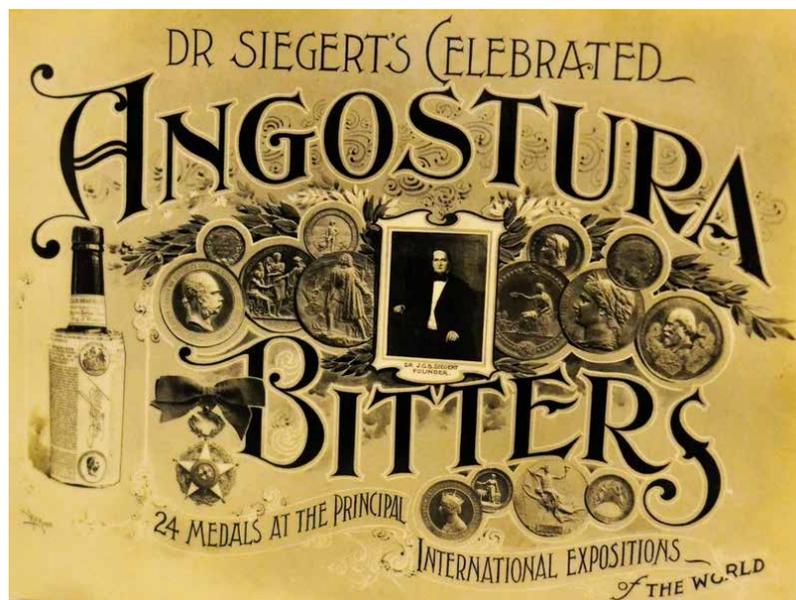
Nel 1875 i tre figli del Dottor Siegert, Carlos, Alfred e Luis, si trasferirono a Trinidad. L'azienda di famiglia si chiamava J.G.B Siegert & Hijos e iniziò la produzione a Porto of Spain. Don Carlos Siegert portò il prodotto a un successo inaspettato in



miscelazione e gastronomia. Presentato nelle esposizioni internazionali, bitter Angostura cominciò a fare incetta di premi. Ricevette la Medal of Excellence a Vienna nel 1873 e la medaglia d'oro per l'eccellenza del prodotto alla Fiera mondiale di Philadelphia nel 1876. Il successo del Manhattan cocktail in quegli anni accrebbe l'uso dei bitter.

Nel 1900 il bitter Angostura era saldamente radicato nella cocktail culture di Stati Uniti, Regno Unito ed Europa. Il fenomeno degli American Bars come l'iconico Savoy Hotel nel Regno Unito (1880) e il leggendario Ritz Hotel a Parigi (1898) resero celebri i cocktail tra i *bon vivant* dell'epoca. Ricette come l'Old Fashioned e il Manhattan divennero popolari anche nel resto del mondo.

Quando Carlos Siegert venne a mancare, Alfred e il fratello minore, Luis, presero le redini dell'azienda. Sotto la loro direzione il bitter Angostura continuò a



prosperare.

Nel 1904 Alfredo Siegert fu nominato fornitore di amari aromatici Angostura del Re di Prussia e nel 1907 di Re Alfonso XIII di Spagna. L'approvazione del Pure Food & Drug Act negli Stati Uniti del 1906 ebbe un enorme impatto sull'industria degli amari. Questi non potevano essere più

**BITTER**  
 IN ALTO  
 L'AZIENDA  
 ANGOSTURA  
 FACILITY.  
 QUI SOPRA  
 UNA VECCHIA  
 PUBBLICITÀ  
 DEL BRAND.



# CORAGGIO OLANDESE SPIRITO INDONESIANO

ELETTO MIGLIOR GIN OLANDESE



Bevi Bobby's Gin responsabilmente

**ONESTIGROUP**  
THE DISTRICT OF BEVERAGE

DISTRIBUITO DA  
ONESTIGROUP.COM  
@ONESTIGROUP



NOTRE DÉPOSÉ AVECOUT THIS PATENT

## ANGOSTURA® aromatic bitters

For the better guarantee of the genuineness of this aromatic bitters the label on every bottle bears the facsimile of the signature of Dr. J.G.B. Siegert. There are other aromatic bitters but only one ANGOSTURA, the brand name under which Dr. J.G.B. Siegert and his successors have sold their product throughout the world since 1830. It does not contain Angostura Bark but derives its name from the fact that it originated in the town of Angostura, Venezuela, renamed Ciudad Bolivar in 1846.

ANGOSTURA aromatic bitters was first made in 1824 by Dr. J.G.B. Siegert in the town of Angostura, Venezuela. ANGOSTURA aromatic bitters may be distinguished from all other aromatic bitters by its fine flavour and aromatic odour. At the principal International Exhibition it has received the highest recognition. Because of its delightful flavour and aroma it has become extremely popular for use in soft drinks, cocktails and other alcoholic beverages. It also imparts an exquisite flavour to soups, salads, vegetables, gravies, fish, meat, fruit-juices, grapefruit, mixed cut-fruits, stewed prunes, stewed figs, preserved fruits, jellies, sherbets, water-ices, ice-cream, sauces for puddings, hard sauces, plum pudding, mince and fruit pies, apple sauce and all similar desserts, regulating the quantity according to taste.



## ANGOSTURA® aromatic bitters

PREPARATION ALIMENTAIRE  
AROMATISANTE

PRODUCTO DE TRINIDAD & TOBAGO

A skilfully blended aromatic preparation of gentian in combination with a variety of vegetable colouring matter. Made with the same ingredients since 1824.

Ingredients: Water, alcohol, spices, natural aromas, sugar, colorant: Caramel E 150a.

44.7% alc./vol.  
alc. 44,7% vol

Produced under licence from  
ANGOSTURA INTERNATIONAL LTD.  
by ANGOSTURA LTD.  
Port of Spain, Trinidad, W.I.

**200 mle**

PRODUCT OF TRINIDAD & TOBAGO

## ANGOSTURA® aromatic bitters

Para ofrecer una mayor garantía de la autenticidad de estos amargos aromáticos, la etiqueta de cada frasco lleva impreso el facsimil de la firma de su inventor, el Dr. J.G.B. Siegert. Existen otros amargos aromáticos pero no hay sino una marca que lleva el nombre ANGOSTURA, la marca de fábrica bajo la cual el Dr. J.G.B. Siegert y sus Sucesores han vendido su producto en todas partes del mundo desde 1830. Estos amargos no contienen la corteza de angostura y su nombre proviene de haberse fabricado originalmente en la ciudad venezolana de Angostura que desde 1846 se llama Ciudad Bolívar.

Ingredientes: Agua, alcohol, especias, azúcar, colorante vegetal y especias vegetales

Amargo aromático, famoso por la su fragranza del 1824. L'amargo aromatico ANGOSTURA fu prodotto per la prima volta nel 1824 dal dott. J.G.B. Siegert, un chirurgo dell'armata prussiana che andò in Venezuela a combattere con le truppe di Simón Bolívar, il liberatore dell'America del Sud. Il dott. Siegert, nominato chirurgo capo dell'ospedale militare della città di Angostura, creò un amargo aromatico che da allora divenne famoso in tutto il mondo. L'amargo aromatico Angostura si distingue per la sua raffinata fragranza ed aroma. Alle maggiori manifestazioni internazionali ANGOSTURA ha ricevuto i più alti riconoscimenti. È conosciuto da molto tempo come un gradevole aperitivo oltre che come aroma da aggiungere ad una grande varietà di cibi, bevande e dessert.

Ingredientes: Agua, alcohol, aromas naturales, zucchero 44.7% vol. 20cl non dispendere nell'ambiente.

## ANGOSTURA® aromatic bitters

Zwecks besserer Garantie der Echtheit dieses aromatischen Bitters ist Etikett einer jeden Flasche mit einem Facsimile der Unterschrift des Erfinders, Dr. J.G.B. Siegert, versehen. Es gibt andere aromatische Bitter, aber nur einen ANGOSTURA, unter welchem Markenzeichen Dr. J.G.B. Siegert und seine Nachfolger ihr Produkt seit 1830 auf der ganzen Welt verkaufen.

Dieser Bitter enthält keine Angosturawurde, sein Name weist lediglich darauf hin, dass er aus der venezolanischen Stadt Angostura, die 1846 in Ciudad Bolívar umbenannt wurde, stammt.

Zutaten: Wasser, Alkohol, Gewürze, natürlicher Aromastoff, Zucker und Farbstoff E 150a (Karamell).

Imported by: ANGOSTURA S.A.,  
44, avenue de Terroirs de France  
75012 PARIS



0 754961 00200 5




ANGOSTURA® aromatic bitters. Pour mieux garantir l'authenticité de ce bitter aromatique, chaque bouteille porte sur son étiquette la reproduction exacte de la signature de son inventeur, le Dr. J.G.B. Siegert. Il existe d'autres bitters aromatiques, mais un seul porte le nom d'ANGOSTURA, marque sous laquelle le Dr. J.G.B. Siegert et ses héritiers vendent leur bitter depuis 1830 dans le monde entier. Ce bitter ne contient pas d'écorce d'angostura, mais doit son nom à la ville où il fut créé: Angostura au Venezuela, rebaptisée Ciudad Bolívar en 1846.

Le bitter aromatique ANGOSTURA fut élaboré pour la première fois par le Dr. J.G.B. Siegert à Angostura au Venezuela en 1824. Il se distingue de tous les autres bitters aromatiques par sa saveur délicate et son parfum aromatique. Il a reçu les plus hautes distinctions lors des principales Expositions Internationales. Grâce à son arôme et à son goût délicieux, ce bitter est d'un usage courant pour relever les boissons alcoolisées, non alcoolisées et les cocktails. Il donne aussi un arôme subtil aux soupes, salades, légumes, sauces, poissons, viandes, jus de fruits, pamplemousses, salades de fruits, compotes de pruneaux ou de figues, fruits confits, gelées, sorbets, crèmes glacées, sauces pour pudding, pudding de Noël, tartes aux fruits et fourrées, compotes de pomme, flans et autres desserts. La quantité d'Angostura dépend du goût de chacun.

Ingredientes: eau, alcool, épices, arômes naturels, sucre, colorant: Caramel E 150a.

venduti come medicinali se non brevettati e regolamentati. Le etichette degli ingredienti dovevano essere chiare, parole come "cura" furono rimosse e fu abbassato il contenuto di alcol. Da quel momento il business degli amari non sarebbe stato più lo stesso. Tuttavia questa situazione non toccò Angostura che si era premunita per tempo anticipando le nuove esigenze.

Perché l'etichetta attuale di Angostura bitter sembra così grande per la bottiglia? Pare che i due fratelli, in una sorta di competizione tra loro, si occupassero della progettazione della bottiglia l'uno, dell'etichetta l'altro, per la presentazione del nuovo packaging a un concorso. Quando realizzarono che avrebbero dovuto consultarsi sulle dimensioni era troppo tardi per cambiare. Su consiglio di un giudice del concorso mantennero il pack poi divenuto iconico.

Nel 1912 la J.G.B. Siegert & Hijos fu trasformata in una società a responsabilità limitata, registrata in Inghilterra, e divenne fornitrice diretta di Sua Maestà Re Giorgio V. Con Manhattan, Martini e OF

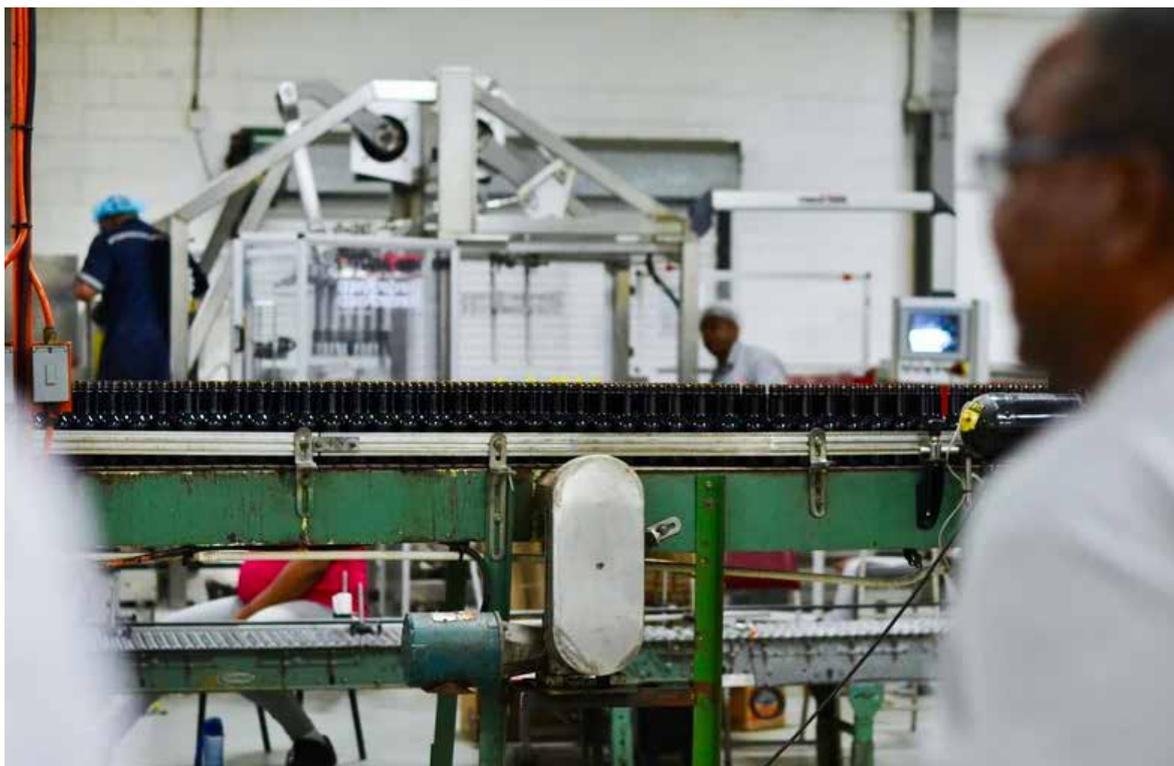
- TRINIDAD.**  
*Spirits, &c.*
- FRANCOIS, B. D.—White Rum.  
RODRIGUEZ, J. T., JUN.—White Rum.  
TURNBULL, STEWART, & Co.—White Rum (Brechin Castle Estate).  
CLAUDIO DA COSTA.—Coloured Rum.  
DEVENISH, A.—Coloured Rum (Mount Pleasant Estate).  
RODRIGUEZ, J. T., JUN.—Coloured Rum.  
TURNBULL, STEWART, & Co.—Coloured Rum (Caroni Estate).  
FRANCOIS, B. D.—Red Rum (made at Usine St. Madelaine).  
DEVENISH, A.—Old Rum (Mount Pleasant Estate).  
FRANCOIS, B. D.—Old Rum (made at Usine St. Madelaine).  
RODRIGUEZ, J. T., JUN.—Old Rum.  
TURNBULL, STEWART, & Co.—Old Rum (Brechin Castle Estate).  
FRANCOIS, B. D.—(a) Absinthe. (b) Anisette. (c) Curaco. (d) Leisure Drink.  
(e) Ratafia de Cacao. (f) Ratafia de Café. (g) Ratafia de Vanille. (h) Shrub.  
MORIN, F.—Stamachio Shrub.  
SIEGERT & SONS, J. G. B.—(a) Angostura Liqueur. (b) Siegert's Bouquet.  
BATTALLA & SON, A.—Amargo Essencial de Venezuela.  
DUMMETT, N. R.—Iere Bitters.  
FRANCOIS, B. D.—Tropical and Vegetable Bitters of the West.  
RAMSEY, F. A.—The Trinidad Aromatic Bitters.  
REECE, RUPERT F. E.—Orange Bitters.  
SIEGERT, J. G. B., & SONS.—Aromatic or Angostura Bitters.

**ANGOSTURA**  
IN ALTO  
L'ETICHETTA.  
QUI SOPRA  
RÉPORT DEL  
1887 DEI  
PRODUTTORI  
COLONIALI A  
TRINIDAD.

si affermarono altri cocktail come il Pink Gin, lo Champagne Cocktail e il Daiquiri. Alla fine del Proibizionismo nuovi fenomeni pervasero gli Stati Uniti. La politica del "buon vicinato" del presidente Roosevelt, che aprì il commercio con l'America Latina, Cuba e i Caraibi permise nuove opportunità commerciali. La moda Tiki con i suoi Rum cocktail più celebri, il Mai Tai creato da Trader Vic nel 1944 e il Queens Park Swizzle a Trinidad nel 1946, furono importanti veicoli per la continua crescita di Angostura bitter. Mentre la cultura dei

## PRODUZIONE

LA FASE DI  
IMBOTTIGLIAMENTO  
DEI PRODOTTI.



cocktail si evolveva a livello globale, il business dei bitter aromatici continuava a prosperare.

Nel 1955, l'azienda fu nominata fornitrice di Sua Maestà la Regina Elisabetta II, ancora oggi l'unico brand di bitter al mondo che può vantare tali credenziali. Promosso come esaltatore di sapidità sia per il cibo che per i cocktail sin dagli anni '20, la popolarità del bitter Angostura nelle applicazioni culinarie è aumentata negli anni '60. Il lancio di "The Secret of Good Taste: The Angostura Cookbook" promosse l'uso di un goccio di bitter alla cucina quotidiana per conferirle un tocco di stile internazionale.

Negli anni '80 iniziò la lenta riscoperta dei cocktail vintage. Promotore di questo ricorso storico fu il bartender newyorkese Dale DeGroff. Molte di queste ricette includevano Angostura. Anche a Londra la scena dei cocktail conobbe una rinascita, in particolare grazie a Dick Bradsell e all'atmosfera dell'Atlantic Bar che divenne

uno dei locali più trendy della capitale britannica.

All'inizio del nuovo millennio fu presentato sul mercato Angostura Orange Bitter, la prima innovazione aziendale in quasi 200 anni. Il 2014 fu il momento di Amaro di Angostura. Da non confondere con l'omonimo bitter aromatizzante, questo amaro ha un colore ambrato intenso, offre aromi di cannella, cioccolato fondente, realizzato pensando agli amanti dell'amaro. L'ultimo nato in casa Angostura è il Cocoa Bitter nella cui composizione rientra il cacao Trinitario, originario di Trinidad e Tobago.

La ricetta di Angostura bitter è uno dei segreti più custoditi della storia. Circa vent'anni fa l'inchiostro della ricetta originale iniziò a sbiadire. Il documento contenente la formula era stato depositato in un caveau della Barclay's Bank di New York City. A Trinidad esisteva l'unica altra copia originale. Fu scritta una ulteriore copia, tagliata in quattro parti ripo-



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



# 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



ste in quattro buste chiuse sigillate con ceralacca. Queste buste furono spedite separatamente a New York. Ogni busta con un quarto di copia venne spedita solo dopo avere avuto certezza che la busta precedente era stata regolarmente ricevuta. Non aperte, le quattro buste continuano a essere custodite nel caveau della banca. Gli ingredienti della ricetta sono spediti tutti dall'Inghilterra. Una volta arrivati a Trinidad vengono presi in consegna da cinque persone, le uniche che conoscono la ricetta, che li ispezionano e dosano in una stanza chiamata "The Sanctuary".

Una volta tritate, le botaniche vengono immerse in un serbatoio percolatore per l'estrazione con alcol a 97°. Dopo l'infu-

sione il liquido viene trasferito in un altro serbatoio per essere miscelato con zucchero di canna. Quindi la diluizione con acqua distillata per arrivare ai celebri 44,7°.

Durante i suoi quasi 200 anni di storia Angostura ha saputo mantenere il suo appeal nei cocktail bar di tutto il mondo. Nel 2018 Angostura Orange Bitter vinse la medaglia di platino ai prestigiosi SIP Awards. Nel 1992 la società ha cambiato il suo nome in Angostura Limited, nome che detiene ancora oggi.

Oggi il bitter Angostura è presente in ogni cocktail bar del mondo, un ingrediente iconico e imprescindibile, è esportato in 165 paesi del mondo e in molti è considerato un ingrediente food.

**Alessandro Palanca**

# FENTIMANS

**L**a storia di Fentimans comincia nel 1905 quando il fondatore Thomas Fentimans iniziò a produrre ginger beer con il processo denominato botanically brewing, sofisticato metodo per la lavorazione di erbe, piante e radici. Il prodotto era venduto porta a porta e confezionato in bottiglie di ceramica che riportavano l'immagine di Fearless, il fedele cane di Thomas vincitore di concorsi canini nel 1933 e 34. Questa immagine

sarebbe divenuta il logo dell'azienda, la Fearless House, e riprodotto ovunque.

Oggi l'azienda è ancora nelle mani della quarta generazione della famiglia fondatrice e guidata dal pronipote Eldon A. Robson, che persegue lo stile del fondatore.

Il botanical brewing è un metodo che prevede un processo in più fasi per caratterizzare un sapore profondo. I migliori ingredienti botanici selezionati in tutto il mondo vengono infusi in acqua calda per estrarre i sapori naturali. L'estrazione del sapore richiede tempo e non può essere affrettata. Il risultante liquido botanico, concentrato ed equilibrato, sarà quindi pronto per essere avviato alla fermentazione che durerà 7 giorni in vasche aperte. Durante la fermentazione si produce un naturale contenuto alcolico che non supera comunque lo 0,5%. Il conseguente mosto viene poi miscelato con ulteriori aromi naturali e oli essenziali. Acqua e zucchero di barbabietola naturale vengono aggiunti prima che la carbonatazione apporti brillantezza al liquido.

La successiva pastorizzazione completerà la fusione di tutti gli elementi aggiungendo complessità e distinzione al gusto. Una presenza di sedimento nelle bottiglie di Fentimans rappresenta una componente assolutamente normale e naturale del percorso produttivo.

Questo processo multi stage che distingue Fentimans da tutti gli altri brand di settore è alla base del ricco spettro di sapori della gamma. Il perfetto bi-

**PERSONAGGI**  
ELDON A.  
ROBSON.





lanciamento di gusto si realizza sotto il controllo dell'Head of Flavour Geraldine Coombes, la donna che supervisiona e garantisce aroma, gusto e texture che i consumatori ricercano in Fentimans. Tutti gli step produttivi, sino all'imbottigliamento, avvengono nella Fearless House.

Iniziando dal mese di maggio con le acque toniche, il 2021 vedrà il graduale lancio di tutta la gamma mixers Fentimans nel formato da 200 ml. L'operazione fa parte di una continua e rinnovata attenzione alla crescente popolarità di cocktail e long drink verso cui i consumatori preferiscono una maggiore diluizione rispetto al classico *perfect serve* da 125 ml che ha contraddistinto Fentimans negli ultimi dieci anni.

Da sempre vicina ai nuovi trend di consumo, Fentimans ha intercettato la voglia di nuovi gusti ed esperienze di consumo con prodotti trasversali, premiati in tutto



il mondo e presenti nei cocktail bar più esclusivi. Partendo dal Hexham nel nord dell'Inghilterra, il brand è oggi presente in più di 70 paesi, in Italia è distribuito da Meregalli Spirits.

# Find your GINspiration



PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selected and distributed by Pellegrini S.p.A.

[www.pellegrinispa.net](http://www.pellegrinispa.net)  Pellegrini Spa  [pellegrinispa1904](https://www.instagram.com/pellegrinispa1904)

DRINK RESPONSIBLY

La nuova gamma da 200 ml, che oltre le tonic water include la storica ginger beer e l'iconica rose lemonade, continuerà a essere prodotta utilizzando l'esclusiva tecnica artigianale.

I gusti disponibili nel formato da 200 ml saranno dunque:

### **PREMIUM INDIAN TONIC WATER**

**Colore:** limpido trasparente

**Sapore:** carattere pulito, rinfrescante e tipicamente agrumato, arrotondato da un delicato sentore di chinino

**Abbinamenti:** tonica per perfetti Gin Tonic o Vodka Tonic

### **CONNOISSEURS TONIC WATER**

**Colore:** limpido trasparente

**Sapore:** pulito e fresco. Questa tonica versatile è stata appositamente creata con un profilo aromatico delicato che consente al distillato di essere il protagonista. Il finale è piacevolmente fresco e secco

**Abbinamenti:** tonica ideale in abbinamento con Gin molto aromatici e Vodka più delicate

### **GINGER BEER**

**Colore:** opalescente

**Sapore:** gusto pungente di zenzero

**Abbinamenti:** per gli amanti dello zenzero. Per un Moscow Mule sorprendente

### **ROSE LEMONADE**

**Colore:** rosa cipria

**Sapore:** al palato è dolce e delicata

**Abbinamenti:** spiriti bianchi e dark, comunque secchi.

La linea è completata da Ginger Ale, Pink Grapefruit Tonic Water, Light Tonic Water e Valencian Orange Tonic Water.





# BORDEAUX SENZA FRONTIERE

## Al CanCan, speakeasy di fama con Clément Sargeni

DI THEODORA SUTCLIFFE

**C**lément Sargeni del CanCan di Bordeaux presenta la sua storica e bellissima città francese del vino e condivide un Black Tears cocktail. Clément Sargeni e il suo socio in affari Roman Bruxer rivoluzionarono la cocktail scene di Bordeaux con la loro prima apertura, il molecular bar e ristorante L'Alchimiste. I due parigini, che si erano conosciuti a una scuola di catering, hanno venduto l'Alchimiste e la loro terza sede, la Gintoneria. Adesso sono concentrati sul CanCan, il loro speakeasy, che sin dall'apertura nel 2015 rimane un punto di riferimento della scena cittadina di Bordeaux.

Durante i vari lockdown contro il coronavirus, gli affari in Francia sono stati difficili. «È piuttosto arduo essere onesti», afferma Sargeni, che ha lavorato a Parigi e nel Regno Unito prima di stabilirsi nella capitale francese del vino. «Stiamo cercando di darci da fare per non affondare, stiamo facendo cocktail da asporto e cose del genere». Con la speranza che la nuova normalità sia più clemente.

Per Sargeni, è il profilo secco che distingue Black Tears dalla famiglia dei rum speziati. «All'inizio hai quella dolcezza, poi arrivano una varietà di gusti e aromi e nel finale emergono note secche e piccanti che fanno assomigliare Black Tears



a un classico Rum più che a uno speziato», afferma Sargeni. La sua ricetta, Antiguo Cubano, è una twist al caffè dell'Old Cuban, strutturato in modo tale che gli ingredienti galleggino sullo champagne anziché mescolarsi con esso. «Volevamo qualcosa di visivamente limpido ma con una prospettiva di colori», dice Sargeni.

#### **Dove dovremmo andare a bere Rum a Bordeaux e perché?**

Puoi venire a CanCan. Quando ho iniziato a lavorare nei bar a Parigi, ero a La Rhumerie, che è uno dei più grandi rum bar di Parigi, aperto dagli anni '30. Mi è sempre piaciuto molto il Rum. Oltre a CanCan, c'è Vintage Bar che ha una collezione di Rum molto, molto buona: penso oltre 100 referenze.

#### **Il posto migliore a Bordeaux per degustare un buon bicchiere di vino?**

Ce n'è uno ogni due metri, quindi è più questione di atmosfera che altro. Ci sono due posti proprio accanto al nostro bar.

Vins Urbains, è un locale molto piccolo con una scelta di validi produttori, gestito da persone molto simpatiche. Poi c'è Le Wine Bar, con una lista molto ampia di ottimi vini e spuntini italiani.

#### **Dove dovremmo andare per il Cognac?**

È uno spirito difficile da trovare in Francia perché il 98% della produzione viene esportato. Lo producono a un'ora e mezza da Bordeaux, eppure sembra lo spirito più raro al mondo. Puoi avere un buon cognac a Le Cancan; e poi c'è Le Gabriel, con un ristorante all'ultimo piano e una bellissima vista su Place de la Bourse e sul Miroir d'Eau.

#### **Dove possiamo bere qualcosa guardando un bel panorama?**

Ancora Le Gabriel in Place de la Bourse, dove si ha una bella vista anche sul fiume. Oppure passeggiare sulla riva con un buon drink.

#### **Per bere in un posto storico?**

DA DESIGN.IT

Maraschino speciale  
Tipo Perle Extra Dry

**LUXARDO**

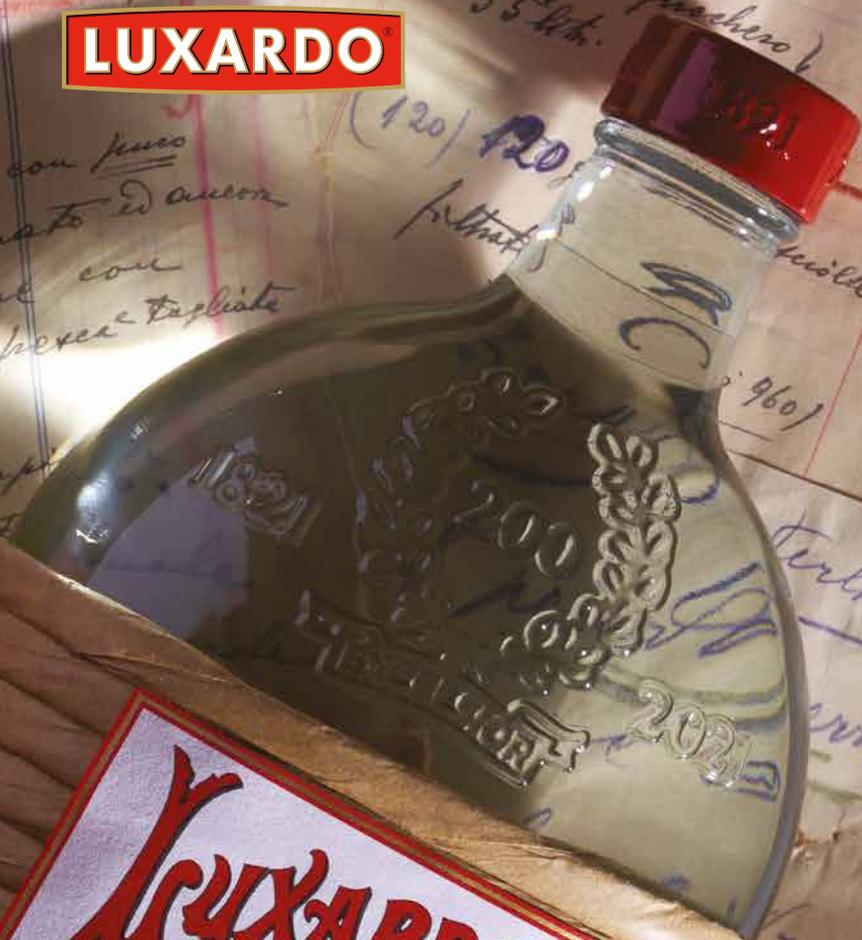
composta si prepara con pesce  
e marasca appena spinate ed accon  
tate in fermentazione con  
ta di foglie marasca pesce tagliate

lti vanno prima riemp  
proporzionale al conten  
preziosissimo app  
5 si aggiunge la  
pesca, tagliata

ie si fermenta in  
del vino maras  
tenere il tin  
comple

196 kg. (marchese)  
55 litri.  
120/120  
f. (stato)

miolate in 1/2 litri  
'960)  
turca  
m  
75 litri  
50  
120



f @ in

LUXARDO.IT



BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILMENTE

C'è Le Grand Hotel, che ha anche una vista incredibile, perché è in Place de l'Opéra, con il Teatro dell'Opera di fronte. Il loro bar, l'Orangerie, ha un tetto di vetro. È un edificio molto antico e un bel posto per un drink.

### **Qual è il posto migliore per acquistare vini?**

C'è una bottega in cui andiamo sempre, di fronte a Place du Parlement, chiamata Cousin & Compagnie. È un piccolo negozio ma hanno sempre nuovi produttori e molti vini davvero buoni. Inoltre sono molto bravi nel consigliarti sul vino.

### **Dove possiamo mangiare cucina bordeaux?**

Uno chef locale, Vivien Durand, ha due posti fantastici. Il primo è Le Prince Noir, fuori città e con una stella Michelin; il secondo, il suo nuovo locale, è un ristorante di cucina più tradizionale del sud-ovest, con tanti prodotti locali. Si chiama Gaúta.

### **Qual è una cosa che ogni visitatore di Bordeaux dovrebbe fare?**

Tutti dovrebbero fare una passeggiata in città. Ogni luogo è a circa 15 minuti di distanza, e passeggiare tra l'architettura dei vecchi edifici è molto bello. C'è anche molta arte moderna e street art. Direi che il 90% degli edifici non supera i quattro piani.

### **Dove dovremmo fare un selfie a Bordeaux?**

Il più famoso sarebbe il Miroir d'Eau, con l'acqua che riflette tutto ciò che lo circonda. È un posto bellissimo, da visitare assolutamente. Oltre a CanCan, durante il giorno c'è un vecchio sito archeologico, un anfiteatro romano, proprio nel centro della città chiamato Palais Gallien. Molto interessante.

**Theodora Sutcliffe**



**PERSONAGGI**  
CLMENT  
SARGENI  
HEADSHOT.

## **LA RICETTA**

### **ANTIGUO CUBANO**

- 50ml Black Tears Dry Spiced
- 8 foglie di Chocolate mint (or peppermint)
- 15ml sciroppo di caffè
- 10ml succo di limone
- 3 dashes Bennett Scorpion bitter
- Top up di Champagne

Miscere lo champagne in un highball colmo di ghiaccio. Shakerare gli altri ingredienti e versare delicatamente nel bicchiere in modo tale che la miscela galleggi in superficie.

**LUXARDO®**

**ORIGINALE**  
**DAL 1821**



**LUXARDO.IT**

**f @ in**

@ LUXARDOOFFICIAL

# WEARELUXARDO



**LUXARDO**



**LUXARDO**  
200 years 1821/2021

f @ in



LUXARDO.IT

BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILMENTE

# NASCE IL PRIMO APERITIVO ROSSO NATURALE: AMERICANO ROSSO DI LIQUORI DELLE SIRENE



In casa Liquori delle Sirene è nato un nuovo prodotto ispirato dalla tradizione veneta degli aperitivi e dall'amore per la natura che Liquori delle Sirene eredita da generazioni. Da sempre la filosofia aziendale si basa su naturalezza e artigianalità dei processi produttivi evitando qualsiasi presenza di additivi chimici.

L'Americano Rosso nasce dal matrimonio tra i vini bianchi della regione del Lago di Garda e dalle singole macerazioni di diverse botaniche. Fra tutte risalta la genziana che con le sue note amari-canti crea un blend di vino "Amaricato".

La tradizione dell'"Americano" quale vino amaricato (non il cocktail) ha radici lontane e si collega al Piemonte. Le estrazioni degli aromi dalle botaniche avvengono tramite macerazione con alcol e acqua, una caratteristica che accomuna l'Americano Rosso con gli altri prodotti della gamma Sirene: il Bitter, Canto Ama-



ro e i diversi cocktail bitters.

Le macerazioni vengono effettuate singolarmente per dar modo a ogni pianta di esprimere al meglio le proprie caratteristiche di profumi e sapori. I tempi di estrazione e la quantità di alcol differiscono per ogni botanica. I rizomi, le radici del rabarbaro necessitano, per esempio, di tempi più lunghi rispetto ai fiori di arancio che sono invece più delicati. Il processo produttivo prosegue con il blend delle erbe, l'aggiunta di zucchero e la filtrazione. Questo ultimo passaggio è fondamentale per eliminare le particelle in sospensione ed è, al contempo, molto delicato perché, per essere correttamente bilanciato, non deve togliere la parte aromatica.

I residui esausti della pressatura sono destinati alla combustione a biomassa per generare energia pulita. Il prodotto è vegan friendly, come tutti i prodotti dell'azienda, la sensibilità verde





MEZCAL

ILEGAL



LOVE YOUR PLANET

LOVE  
YOUR  
NEIGHBOR

FROM ILEGAL MEZCAL  
OAXACA, MEXICO

[ILEGALMEZCAL.COM/LOVE](http://ILEGALMEZCAL.COM/LOVE)



**LIQUORI**  
 IN QUESTE  
 PAGINE ALCUNE  
 FOTO DEI  
 PRODOTTI ED  
 ELISA CARTA.



aziendale si esprime anche nell'utilizzo di etichette riciclate.

Elisa Carta, creatrice di Liquori delle Sirene e alchimista aziendale racconta:

«Mia nonna Carlina, la prima alchimista di famiglia, mi ha insegnato tutto quello che sapeva sulle erbe e sulla loro lavorazione; usava fare una sorta di vermouth



che aromatizzava con erbe e spezie. Aggiungeva delle piante amare e lo chiamava a modo suo “Vin Amaricà” (vino con sentori amari). Da qui l’idea di riprendere la creazione di quel particolare tipo di bevanda, un po’ dolce e un po’ amara e ovviamente naturale anche nel colore come tutti i prodotti di Liquori delle Si-

rene».

Dopo lunghe ricerche nasce così il primo aperitivo “Americano Rosso naturale”. La grande innovazione di questo prodotto è nel colore naturale ottenuto dai fiori di ibiscus e di monarda, oltre che dal succo di patata rossa.

Nessun “E qualcosa” in etichetta,



ANTEPRIMA NAZIONALE IL  
*21 giugno*  
 e tu... sei PESCA o PERA ?

DISTILLED, INFUSED AND CRAFTED IN FRANCE  
**JUNE**  
 - by G'VINE -  
**GIN**

ROYAL PEAR  
 &  
 CARDAMOM

**JUNE**  
 - by G'VINE -

Share the  
*Spirit of summer*



Disponibile in 2 varianti: Pesca di vigna & Frutti estivi o Pera royale & Cardamomo

MIXER PROMUOVE IL BERE RESPONSABILE

IMPORTATO DA



# Rum Malecon

THE RISING INTENSITY

FEEL YOURSELF  
CHOOSE YOUR WAY

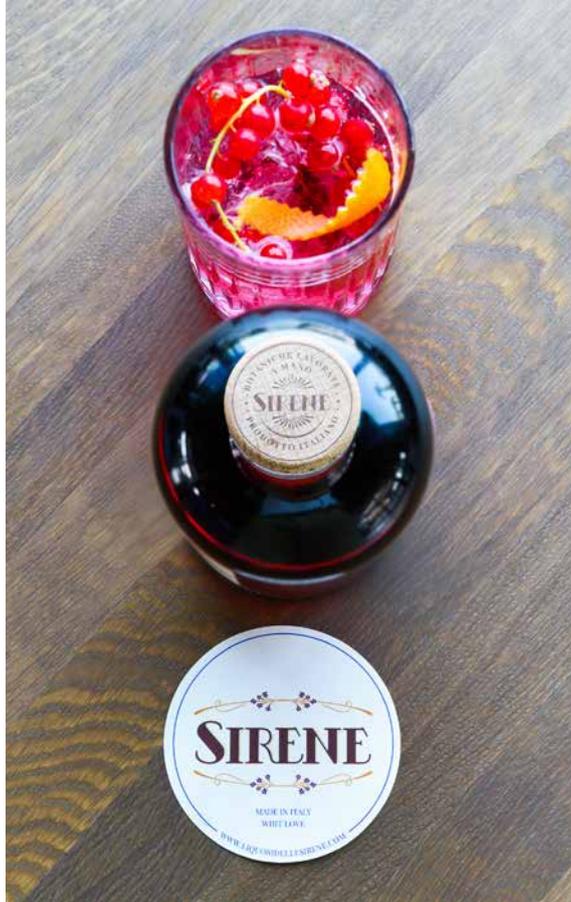


BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

*Producto original de Panamá.*

 @rummalecon





nessuna chimica aggiunta e nessun aroma artificiale o naturale: solo singole piante macerate separatamente e vino delle zone del Garda.

Le piante utilizzate provengono dal territorio, come i limoni e le radici di genziana che sono raccolte sul Monte



Baldo, a ridosso del lago; alcune botaniche come l'arancia amara e l'ibiscus provengono da altre zone d'Italia.

I 17 gradi di alcol e la percentuale di vino (75%) allineano Americano Rosso alla famiglia dei Vermouth. Tuttavia la categoria di riferimento è quella dei vini aromatizzati e non dei Vermouth perché le piante amaricanti non sono quelle dell'artemisia absinthium, bensì quelle della genziana.

All'esame organolettico Americano Rosso si presenta con un bel colore carminio brillante. Al naso si riconoscono aromi di frutta candita, buccia d'arancio. Al palato si ritrovano nitidi sentori di vaniglia, pepe rosa, coriandolo, rosa e infine si distinguono le note amaricanti della genziana. Il gusto rotondo si chiude con un finale pulito e persistente.

Ideale bevuto da solo on the rocks oppure abbinato a spiriti bianchi, come



# DIAMONDS ARE FOREVER

DIAMOND FILTRATED VODKA



BEVI RESPONSABILMENTE

[www.threesixty-vodka.com](http://www.threesixty-vodka.com)

distribuito da [onestigroup.com](http://onestigroup.com)



Gin o Mezcal, per un cocktail deliziosamente rosso naturale. Perfetto sostituto dei Vermouth e meraviglioso con un top di soda per un drink low alcol.

Il nuovo prodotto si fregia già dei pre-

stigiosi premi: Silver Medal IWCS 2020, Silver Medal San Francisco World Competition.

Americano Rosso è distribuito da Ghilardi Selezioni.

## RICETTE AMERICANO ROSSO SIRENE

Ricette di Vincenzo Losappio - Zenzero - Barletta

### FLOUNDER

#### INGREDIENTI

- 4 cl Americano Rosso Sirene
- 4 cl Tabar Gin
- Alpex tonic water

Tecnica: build. Glass: Old Fashioned. Garnish: foglia di menta.

### TRITONE

#### INGREDIENTI

- 3 cl Catskill Most Righteous Bourbon Whiskey
- 0,5 cl Laphroaig 10 yo Scotch Whisky
- 3 cl Americano Rosso Sirene
- 0.5 cl Amaro del Ciclista
- 1 cl cordiale lemongrass / pepe Sichuan

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



# AMUNDSEN EXPEDITION 1911: LA MIGLIOR VODKA DRY DI ORIGINE POLACCA

Amundsen Expedition è sinonimo di avventura e mito, come rivela il nome del prodotto stesso. Racchiude in sé le emozioni del grande esploratore che realizzò la **leggendaria spedizione al Polo Sud del 1911**, la prima nella storia a conquistare l'Antartide. La celebre missione fu guidata infatti dall'"eroe" norvegese **Roald Engelbregt Gravning Amundsen**, che arrivò per la prima volta all'estremo capo del mondo con 35 giorni di anticipo rispetto ai rivali inglesi.

Amundsen Expedition si posiziona nella fascia delle vodke **Premium** grazie ad ingredienti scelti e un processo di produzione unico, tipico delle vodke polacche. Realizzata con **acqua cristallina e incontaminata, grano ed altri cereali** accuratamente selezionati, è poi prodotta e imbottigliata in Polonia con un **lento processo** all'avanguardia (1/3 più lento rispetto alle vodke lisce tradizionali), **una filtrazione al di sotto di 0 gradi celsius e 6 cicli di distillazione**.

Amundsen Expedition ha una qualità riconosciuta da anni a livello internazionale. Tra i premi più recenti troviamo la **medaglia d'oro** nella categoria premium del **The Global Spirits Masters**, attribuita per "la sua corporatura morbida, sottile e un po' complessa ma cremosa al palato"; la **medaglia d'argento** nella categoria tasting dell'**International Spirit Challenge** per "un corpo equilibrato con morbide note floreali, un tocco di vaniglia e sentori di grano e la più recente **medaglia d'argento** ai **World Vodka Awards**.

Amundsen Expedition è unica grazie alla sua **bottiglia di design**: la forma squadrata tipica di un blocco di ghiaccio, è l'anima della bottiglia, trasparente ma nei toni dell'azzurro tipici dei riflessi del ghiaccio è poi suggellata dal **rilievo "Expedition 1911"** sul lato in riferimento alla spedizione e il **rilievo "South Pole 90's"** sul fronte che indica il punto più a sud del mondo.

Un design capace di stupire, che si è aggiudicato la **medaglia d'oro** nella categoria **"Miglior Nuovo Lancio (Design)"** ai **World Drink Awards**.

Infine, Amundsen Expedition si è appena aggiudica il sigillo **"Made for Recycling"** per l'alta riciclabilità del suo packaging. Riconoscimento di grande valore attribuito dall'istituto **Interseroh**, pioniere della sostenibilità dal 1991, come risultato dell'analisi di design, imballaggio e specifiche tecnologie utilizzate nel processo di produzione.



BEVI RESPONSABILMENTE

# QUANDO SI DICE UN CLASSICO

## BARTENDING SCRIPT “LA BIBBIA DEL BARMAN”

GUIDO CARAVELLO E ROBERTO AMOROSO – PAG. 275 – EURO 32,76

I libro “Cocktail and Wine Digest – The Barmen’s Bible” apparve nel 1943 a opera di Oscar Haimo, celebre bartender operativo negli USA, che già al tempo aveva ben chiara la figura del bar manager e della cui associazione dell’epoca divenne presidente. Da allora questo libro è stato aggiornato e pubblicato in ben 37 successive edizioni. L’ultima è quella tradotta in italiano da due bartender italiani di diversa generazione che lo hanno riproposto con le ricette originali dell’epoca e altri utili contenuti tecnici che contribuiscono ad aggiornare l’opera.

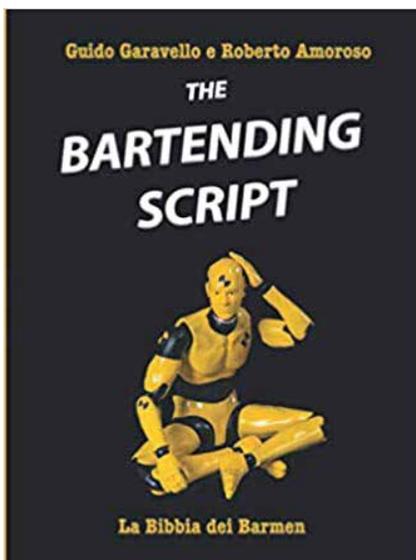
La struttura del libro offre uno spaccato della preparazione che i professionisti ritenevano dovesse avere un bartender completo: conoscenza e servizio dei vini, ampiamente trattata, suggerimenti per stuzzichini e antipasti; un esaustivo approfondimento sulle ricette classiche, molte ancora attuali, poi riprese dall’International Bartenders Association, con le specifiche per le note categorie del tempo, le

tecniche di preparazione, la descrizione dei tipi di ghiaccio, finanche una tabella riportante le calorie che cocktail e liquori contenevano.

I drink dell’ultimo ricettario IBA sono presentati corredati da foto e descrizione completa, compresa la storiografia. A questi contenuti ha collaborato la stessa IBA nella persona del suo presidente, Giorgio Fadda, che nella postfazione dell’opera afferma che «questo testo è una bussola che segna la direzione classica, per chi ha appena intrapreso questa professione e per chi, invece, ritrova in ogni sua pagina un ricordo, un momento, motivo e senso, del proprio percorso lavorativo. Uno sguardo che volge all’origine per capire il futuro, svelando tra le righe i diversi perché».

Parole che condividiamo in toto. Leggere le pagine di questo libro significa andare a ritroso nel tempo per capire da dove si è partiti e dove poter arrivare. Molto belli i disegni originali del tempo corredati dalle frasi dell’autore originale. Se dobbiamo trovare un appunto, questo lo rivolgiamo alla cover che pensiamo possa meritare un formato rigido e più elegante. Per il resto, è un volume che merita un posto nella biblioteca degli appassionati.

**Alessandro Palanca**



# MEZCAL

## LOS Siete MISTERIOS

BEVI RESPONSABILMENTE



Imported and distributed by

**PALLINI**



## 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