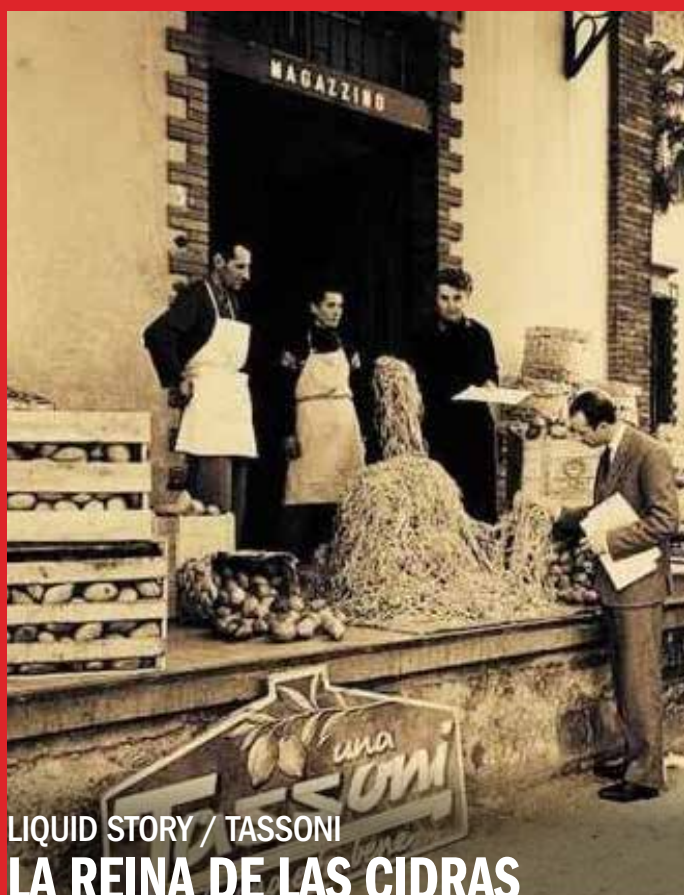


Bartales

Lo mejor de

N. 23 | JULIO 2021

SUPLEMENTO DE BARTALES



LIQUID STORY / TASSONI
LA REINA DE LAS CIDRAS



ZOOM / LAMBRUSCO
EL "CAMPESINO" QUE GUSTA



FACE TO FACE / PASADO Y FUTURO
UNIDOS E INDEPENDIENTES



REPORT / ANTIGUOS SABORES
APULIA PARA BEBER

Rum Malecon


EL SABOR ALTÍSIMO

¡SUBLIMEMENTE MÍO!



BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

Producto original de Panamá.

 @rummalecon



ALGO EXTRAORDINARIO

Hay un lugar, a pocos kilómetros de Ostuni, inmerso en una densa vegetación de enormes olivos centenarios. Una pequeña casa blanca en la que brilla la piedra de Lecce y el azul de una pequeña piscina transparente al sol. Es el lugar donde me retiro cada vez que puedo, es mi refugio. Mis vacaciones a pocos minutos de un mar azul que parece una reserva. Es Apulia: tierra encantadora de mar y colinas suaves que parecen infinitas. Un tesoro de historia y tradiciones cada vez sorprendentes. Habrá una razón si, ya desde hace algunos años, ingleses, franceses y belgas la eligieron como destino turístico favorito de Italia. Si para este verano se prevé un aumento de casi un 80%. Si en Salento ya todo está reservado. Mar, sol, historia e incluso sabores que no son sólo los de una gastronomía que hace de la simplicidad genuina de las materias primas el elemento de excelencia, sino sobre todo los depositarios de una antigua y noble sabiduría. Así, no le sorprenderá leer que el primer licor comercializado en el sur de Italia es pullés. Que destilados y rosolés, legado de antiguos ritos familiares, representan el orgullo de muchas pequeñas fábricas de licores artesanales, más o menos conocidas, que enriquecen el sector licorero italiano. Es una historia “líquida” que no puede ser nada menos que apasionante. Una historia italiana. Una de las tantas, sazonada con tenacidad y sacrificio, sin revuelo mediático, tal vez menos llamativa, con menos glamur, pero que nos enorgullece todavía más.

Follow us



BarTales
Lo mejor de

N. 22 | JULIO 2021

EDITORA EJECUTIVA

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

CORRECTOR DE ESTILO

Fabio Bacchi

(fabiozacchi@bartales.it)

DIRECTORA ARTÍSTICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

COLABORADORES

Giulia Arseli, Valentina Rizzi

TRADUCCIÓN REALIZADA POR

LMP International - Lonato (BS) Italy

EDICIÓN DIGITAL REALIZADA POR

SKILL LAB srl

(assistenza@s-lab.it)

Registro. núm.35 del 8/7/2013 Tribunal de Nápoles

www.bartales.it

© copyright

BARTALES - Todos los derechos reservados. Ninguna parte de esta publicación puede ser reproducida de manera alguna ni mediante medio alguno. Cualquier violación será perseguida de conformidad con la ley.

Cualquier persona che reclame derechos de autor de fotografías no identificadas contacte con Bartales

BEBA DE MANERA RESPONSABLE

LA REINA DE LAS CIDRAS

La historia de una marca que desde hace más de dos siglos es sinónimo de la mejor tradición italiana

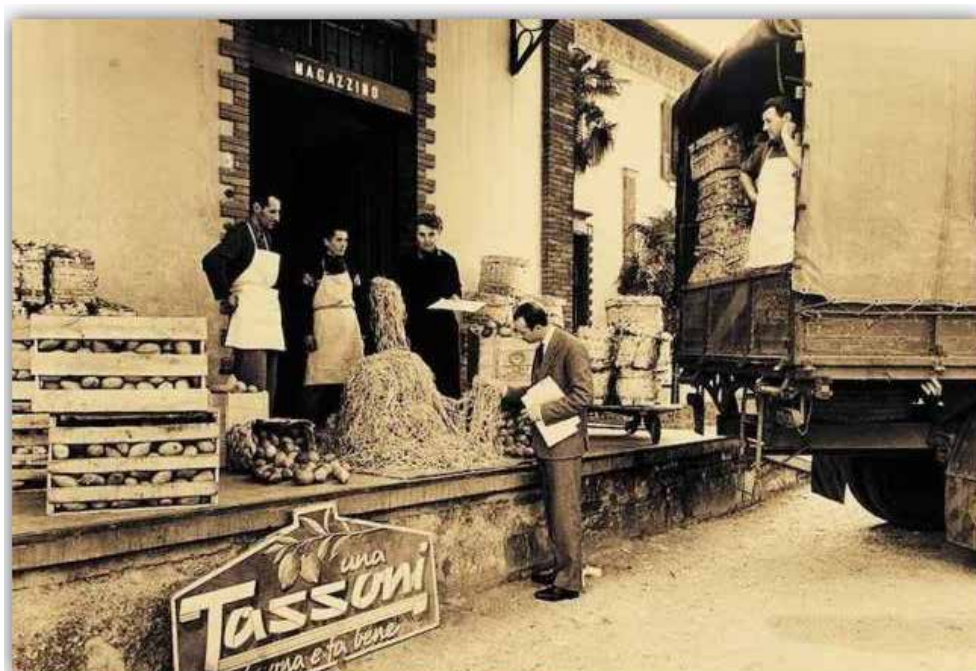
DE GIULIA ARSELLI

¿Cómo se puede innovar una empresa familiar de 225 años cuya historia está vinculada con la tradición de destilar infusiones hidroalcohólicas obtenidas de la cidra? En 2018, esta pregunta fue planteada a Elio Accardo, que desde 2015 es el director ejecutivo de Cedral Tassoni. La respuesta fue y sigue siendo ejemplar: «innovar es fundamental, pero hay que tener mucho cuidado. Esta empresa es una joya, un hilo

elaborado con la técnica de la filigrana».

Todo se originó en el Lago de Garda, en una botica donde se conocía el arte de destilar infusiones hidroalcohólicas obtenidas de la corteza de la cidra.

Históricamente el cultivo de los cítricos, entre los cuales la cidra, en la zona del Lago de Garda, se remonta al siglo XIV gracias a la obra de los monjes Franciscanos. Geográficamente nos encontramos en el paralelo de los 46° de latitud norte,





en un terreno con condiciones ideales para el cultivo de este cítrico que representa la fruta sagrada para los judíos. Después de más de dos siglos de historia, las especialidades de ese puesto avanzado de la tradición siguen deleitando los paladares de los conocedores.

Esta historia comenzó en Saló en 1748 como se indica en el “Libro della Tassa delle arti liberali e meccaniche nello spettabile Comune di Salò” (libro del impuesto de las artes liberales y mecánicas en el Municipio de Saló). Entre los maestros boticarios de la época estaban registrados los hijos de Domenico Bondoni, Giovanni y Antonio. Eran propietarios de una casa con botica en Saló, heredada luego en 1786 por la nieta Bona Bondoni, esposa de Lelio Barbaleni. En 1793, la botica se convirtió oficialmente en una farmacia, actividad que se transmitió a lo largo del tiempo.

A principios del siglo XIX, la propiedad era de Lelio Barbaleni, luego pasó a su hijo Giovanni y a mediados del siglo XIX a sus nietas Lucia y Carolina. Una “petición y resolución judicial del 12.11.1859” concedió la propiedad a Barbieri Antonio



y posteriormente, en 1868, a Bartolomeo Castelli y al conde ferrarés Nicola Tassoni. Hasta ese momento la botica todavía tenía carácter sumamente artesanal. Hubo que esperar hasta 1884 para que el nuevo propietario, Paolo Amadei, desarrollara dicha dinámica actividad con un carácter industrial.

Paolo Amadei, representante de una sólida dinastía de Saló en el sector alimentario, separó la actividad de destilación de la actividad farmacéutica. Amadei

CERTIFICADOS
 EN LA PARTE SUPERIOR IZQUIERDA EL DIPLOMA MILÁN, 1881. A LA DERECHA, EL DIPLOMA PARÍS, 1900. AQUÍ ARRIBA EL DIPLOMA TURÍN, 1898.



TASSONI
EN LA
FOTOGRAFÍA EN
LA PARTE
SUPERIOR Y
AQUÍ A LA
DERECHA, LA
FÁBRICA EN EL
SIGLO XX.



era un químico y todas las recetas que aún hoy se producen son las mismas que él había elaborado. La materia prima a partir de la cual se producían las preparaciones seguía siendo la cidra; su primer producto fue el Acqua di Tutto Cedro, un licor estomático y con un grado alcohólico moderado. Este licor, que antes solía encontrarse en todas las abacerías, evoca recuerdos de un tiempo lejano.

El agua de cidra se obtiene del fruto del mismo nombre para la destilación y siguiente dilución. La esencia se disuelve en el agua de destilación gracias al alcohol, combinando los aromas disueltos tanto en la parte oleosa como en la acuosa. Luego el destilado se conserva en nitrógeno. En la actualidad, el licor se

utiliza mucho en mezcla.

Los productos Tassoni recibieron numerosos premios y certificaciones de calidad en exposiciones nacionales e internacionales. En 1921, enseguida después de la Primera Guerra Mundial, al doctor Paolo Amadei sucedió su hijo. Carlo Amadei dio origen a una nueva fase de expansión de la empresa. Fue creado un nuevo producto, la Cedrata Tassoni, un jarabe que enseguida fue apreciado enormemente por el mercado. Un éxito que hizo la historia y que se convirtió en un modelo ejemplar. Mientras tanto, llegaron a Italia la Coca Cola y las bebidas con soda y el mercado cambió.

En 1956 nació una bebida obtenida de ese jarabe al cual se añadió agua y



CIDRA
 EN LA
 FOTOGRAFÍA A
 LA IZQUIERDA
 LA CIDRA
 "DIAMANTE".
 ABAJO LA
 BOTELLA DE
 TEXTURA
 RUGOSA
 IMAGEN DEL
 EMBALAJE
 TASSONI.

soda: la Tassoni Soda, «la Cedrata lista para usar en su dosis ideal». Dicha bebida tuvo un éxito único, no alcohólica, efervescente, dulce y acidulada, de color amarillo claro y con el perfume de la parte más noble de la cidra, los aceites esenciales de la fruta. Pocos y simples ingredientes: agua, azúcar, anhídrido carbónico, ácido cítrico, aromas naturales de cidra, de cítricos y de cártamo.

Originalmente el cidro utilizado era de la variedad *Cytrus Medica* cultivado en las orillas del Lago de Garda, en la actualidad se utilizan los frutos de los cidros de la variedad hoy denominada “diamante”, procedentes de los cultivos de Santa Maria del Cedro en la zona Calabrés de Cosenza, los cuales se elaboran en la empresa.

En el siglo XIX en Saló había 17 plantaciones de cidras, las favoritas del último zar de Rusia por su sabor particular. Los cultivos en terrazas locales se abandonaron porque en invierno era necesario



protegerlos con vidrieras, una operación seguramente ardua. Tassoni elabora varias decenas de toneladas de materias primas al año; las cidras, después de pelarse, vuelven a Calabria para ser utilizadas en la industria de la confitería.

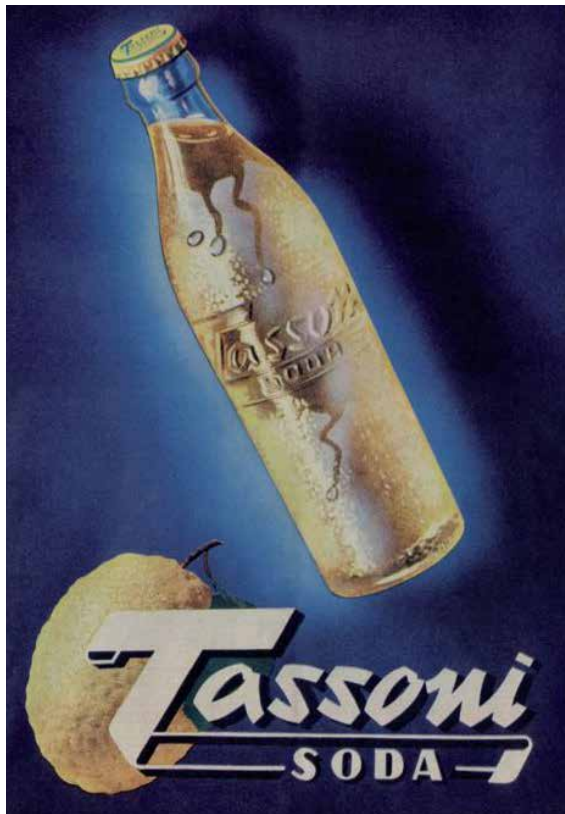


El minimalismo del embalaje de Tassoni Soda es una obra de arte del diseño, apreciado por los consumidores al igual que el producto contenido. Los 180 ml de producto están contenidos en una pequeña botella de textura rugosa que, al tacto, evoca la corteza de la cidra, de vidrio incoloro, transparente, para poner de relieve el color y el brillo de la bebida.

Absolutamente sin etiqueta debido incluso a su fácil reconocimiento, inicialmente la marca estaba imprimida directamente en el vidrio. En los años siguientes este minimalismo aumentó: la marca y los ingredientes estaban indicados en la

corona de color amarillo verde. En 2013 la marca volvió a aparecer en el vidrio, un homenaje vintage a la tradición del famoso producto. La empresa comprendió el impacto que la naciente publicidad habría tenido en la industria moderna.

La historia publicitaria de Tassoni se



Per la sete di casa **Tassoni**
bastano due dita di Cedrata

Bastano due dita di Cedrata Tassoni, ghiaccio e acqua a volontà. Ecco cosa dire da bere ai ragazzi quando hanno sete, cosa offrire agli amici che vogliono e trovarci, cosa bere quando desideriamo qualcosa di diverso, di naturale, di fresco. Bastano due dita di Cedrata Tassoni... e la sete di casa passa dolcemente.

...e al bar

la Cedrata già pronta in un dosaggio ideale nella comoda bottiglietta, prende dal cedro tutta la sua forza salutare.

CEDRATA TASSONI, TASSONI SODA: è buona e fa bene.

ITALIAN CITRON
SOFT DRINK

materializa en una bellísima serie de carteles publicitarios que simbolizan el clásico sabor de las décadas de 1920 y 1930 y que al igual que los de otras históricas empresas italianas, hoy repre-

sentan el legado de la memoria colectiva. El Lago de Garda, sus invernaderos para el cultivo de limoneros, la cidra rugosa de color verde, son los escenarios y los protagonistas de numerosos carteles pu-



Vermouth & Spirits

DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



DRINK RESPONSIBLY

Americano Del Professore

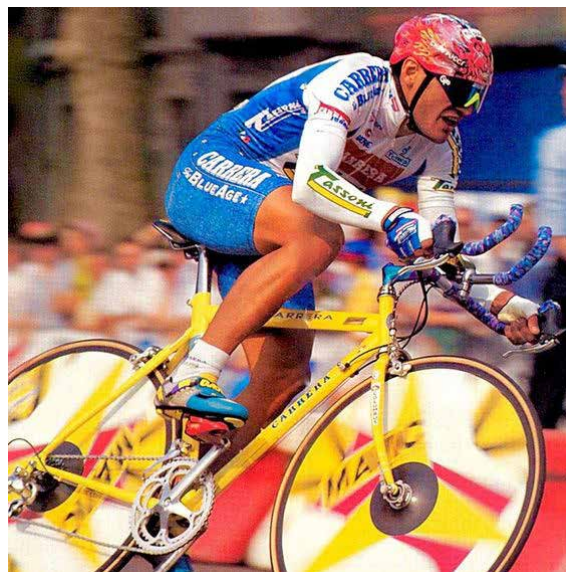
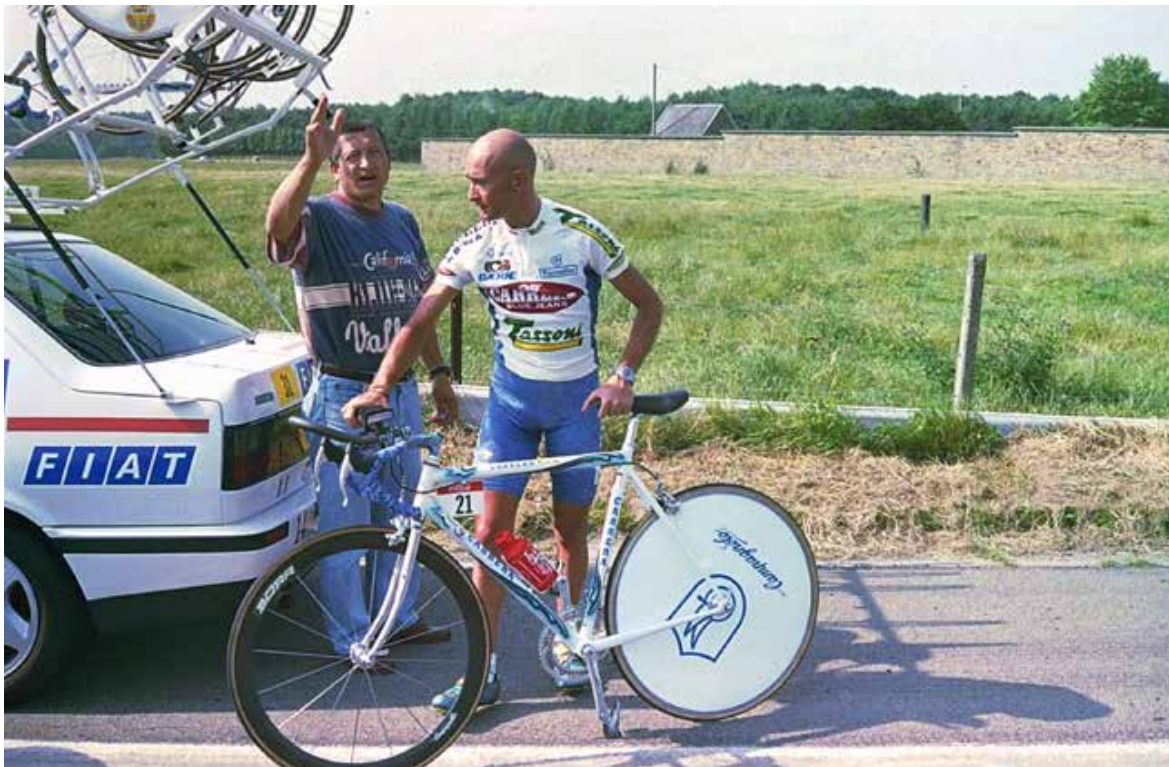
4 cl Vermouth Rosso Del Professore • 4 cl Bitter Del Professore • Soda to taste

Put the soda first in an Old Fashion glass full of ice, add the Vermouth and the Bitter, quick stir and garnish with orange and lemon zest.

delprofessore.it

PROTAGONISTAS

EN LA PARTE
SUPERIOR
IZQUIERDA EL
CICLISTA
CLAUDIO
CHIAPPUCCI, A
LA DERECHA,
MARCO
PANTANI.



blicitarios desde principios del siglo XX hasta 1960.

Durante las décadas de 1960 y 1970 el encantador lago se convirtió en el set de históricos publi-rreportajes en los cuales se destacaba la voz de una ya famosa estrella de la canción italiana, Mina, con la conmovedora belleza de sus localidades. El famoso anuncio de televisión cantado por Mina en 1982: «Quante cose al mondo vuoi fare? Costruire? Inventare? Ma trova un minuto per me! Per voi e

per gli amici...Tassoni (¿Cuántas cosas deseas hacer en el mundo? ¿Construir? ¿Inventar? En-cuentra un minuto para mí. Para ustedes y para los amigos... Tassoni»), hoy todavía se transmite en las cadenas italianas.

Tras la llegada de los nuevos medios de comunicación, Tassoni siempre ha desempeñado un papel importante en la comunicación. Durante la década de

PROTAGONISTAS

AQUÍ ARRIBA
MICHELA
REDINI
(FOTOGRAFÍA
DE LA
REPUBBLICA).



1990 los colores de la empresa fueron utilizados para los uniformes del equipo de ciclismo Carrera Tassoni, del cual formaban parte dos líderes del ciclismo mundial como Marco Pantani y el capitán Claudio Chiappucci. En 1966 Ornella Amadei, hija de Carlo, le sucedió en la dirección de la empresa. Los famosos Sciroppo di Cedro (ja-rabe de cidra) y la Tassoni Soda se consolidaron en el mercado. En 2009 el bastón de mando de la empresa pasó a Michela Amadei Redini, hija de Ornella, fallecida en ese mismo año, que impulsó la empresa a nivel internacional. En 2014 llegó la Tonica Superfine, con aroma natural de cuasia, que se prefirió sobre la quinina, y el aroma natural de cidra; en 2016 Fior di Sambuco (flor de saúco) y en 2017 Mirto in Fiore (mirto en flor): bebidas innovadoras y perfumadas inspiradas en las flores para ofrecerse en una copa.

En 2015 el embalaje Tassoni de Tonica

Superfine ganó el premio Brand Identity Gran Prix, en la sección dedicada al embalaje de las bebidas. La agencia Hub09, que renovó la etiqueta de la Tonica Superfine, se inspiró en una antigua etiqueta del Anisette Superfine, licor de anís de la década de 1930, que estaba guardada en el archivo de la empresa Tassoni.

Hoy la empresa Cedral Tassoni es una excelencia del "made in Italy". El control total de la cadena de producción, que comprende la selección de las frutas, la preparación de los aromas y el embotellamiento del producto final, representa una garantía de calidad apreciada constantemente por generaciones de consumidores. Si pasa por Saló no deje de visitar la empresa que está organizada como una casa abierta para los visitantes. El tiempo pasa, la icónica botella de Cedrata sigue siendo la embajadora de la tradición italiana desde hace más de dos siglos.

Giulia Arsellì



Vermouth & Spirits

DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



The Fighting Bear

London Dry Gin

Distilled with artisanal care in the green heart of Italy

Monsieur | à la Madame | Crocodile | Fighting Bear

delprofessore.it

EL “CAMPESSINO” QUE GUSTA

El redescubrimiento del vino tinto espumoso, un poco rock y un poco pop

DE VALENTINA RIZZI

Un vino que debemos redescubrir, un vino considerado “campesino”. Un vino no demasiado espumoso ni claro, con aromas intensos, áspero, ácido, un vino que tenía poco de agradable y elegante. Precisamente por este motivo pocos hablan de él. Sin embargo, el mercado cambia, los años pasan y las tecnologías avanzan. Un producto que seguramente no es comparable con las “burbujas” importantes pero que, con su granito de arena, desempeña un papel significativo.

Durante la década de 1960 la producción de Lambrusco aumentó de manera exponencial, gracias sobre todo a las exportaciones. La demanda procedía principalmente del mercado estadounidense que estableció que el Lambrusco fuera el vino tinto espumoso más famoso del mundo.

Este éxito es el resultado de una historia de décadas. El Lambrusco había perdido su prestigio a lo largo del tiempo; sin embargo, ha mantenido su éxito entre bastidores.

Es difícil conocer con certeza la fecha a





la que se remontan los primeros cultivos de esta variedad de uva. Sabemos que Lambrusco es una palabra que deriva del latín, “Labrum” (borde, límite) y “Rescum” (planta espontánea), que indica el desarrollo espontáneo de esta vid a lo largo del perímetro de los campos. Las primeras auténticas referencias se remontan a la antigüedad cuando la palabra “Vitis Labrusca” comienza a mencionarse en la Quinta Bucólica de Virgilio, en el De Agricultura de Catón y en la Naturalis Historia de Plinio el Viejo. Más tarde hubo otras indicaciones con Pietro de’ Crescenzi (escritor y agrónomo boloñés) que en 1305 en su tratado de agricultura comenzaba a proponer que se consideraran incluso las cepas de uva tinta. Los escritos sobre las uvas rojas aumentaron año tras año, lo cual demuestra que comenzaban a tener importancia desde el punto de vista tanto cultural como de cultivo.

El punto de inflexión se produjo en el siglo XIX, cuando, finalmente, se llegó a una clasificación global de todas las variedades de Lambrusco. Esto se debe a Francesco Agazzotti que en 1867 distinguió el “Lambrusco di Sorbara” (o “della Viola”) del “Lambrusco Salamino di Santa Croce” y del “Lambrusco Grasparossa di



Castelvetro”. Éstas se convirtieron en las tres variedades más importantes y difundidas en la campiña de la región de Emilia-Romaña, de las cuales se desarrollaron muchos tipos diferentes de Lambrusco.

La zona de producción abarca toda la provincia de Modena y Reggio Emilia y, en Lombardía, la provincia de Mantua. En total se utilizan 8.000 hectáreas para la producción de los tres tipos principales. Cien años después, en 1970, el “Lambrusco di Sorbara”, el “Lambrusco Salamino di Santa Croce” y el “Lambrusco Grasparossa di Castelvetro”, obtuvieron la DOP (Denominación de Origen Protegida).

Lambrusco significa “vino tinto espu-

DORAGROSSA
Liquoristi & Distillatori
TORINO



DRINK RESPONSIBLY

No mention had been made of it since 1897.

ROSOLIO di TORINO

*From an historical recipe based on citrus, cinnamon,
cloves and other selected natural ingredients,
as per tradition.*

doragrossa.com



10ª EDIZIONE CONCORSO ENOLOGICO
"Matilde di Canossa - Terre di Lambrusco"



LAMBRUSCO AWARDS

moso", es decir, un vino que contiene una cierta cantidad de "burbujas" y un determinado porcentaje de anhídrido carbónico. Más concretamente, es un vino con una presión máxima de 2,5 atm, a diferencia de los cavas que tienen una presión mínima de 3 atm.

Los tipos de vinificación para el Lambrusco son tres:

Reanudación de la fermentación en la botella.

En la antigüedad, los bodegueros, después de la primera fermentación y sus filtraciones siguientes, aprovechaban la elevada variación de la temperatura invernal que interrumpía la fermentación para continuarla la primavera siguiente cuando, después del embotellamiento, se reanudaba la fermentación.

Método Clásico (o Champenois). Comprende los mismos pasos de la antigua técnica indicada anteriormente, pero integrando algunas fases más complicadas. Se requiere que el mosto fermente con levaduras seleccionadas (*Saccharomyces Bayanus*) y que se deje en contacto con éstas durante varios meses para poder emanar todo el buqué de perfumes y aromas. Posteriormente, el vino obtenido se filtra (rico de azúcares), se deja reposar en barricas o en contenedores de acero, en espera del embotellamiento que se llevará a cabo durante los primeros meses del año siguiente a la vendimia. En la botella se reanudará la fermentación, es decir la transformación de los azúcares residuales en alcohol y anhídrido carbónico disuelto en el vino. Con el vino embotellado de este modo se llevará a cabo el "remuage", la colocación de la botella con el cuello hacia abajo efectuando cotidianamente un cuarto de vuelta. Luego los residuos fermentables se eliminan mediante la téc-



nica del "degorgement" típica de los cavas clásicos. La botella se llena con el mismo vino y se cierra con los tapones de corcho específicos.

Método Charmat. Es el método utilizado en el 95% de la producción. Consiste en colocar el vino obtenido de la fermentación en contenedores de acero (autoclaves) en el interior de los cuales, con la adición de filtrado dulce o mostos concentrados obtenidos exclusivamente de uvas de Lambrusco, se obtiene una formación de espuma excelente gracias a temperaturas controladas.

La selección del método depende del

VINOS
FINCAS MEDICI
ERMETE. ABAJO
LA BOTELLA DE
"CONCERTO".



tipo de uva utilizada. En efecto, no todas las uvas son adecuadas para la reanudación de la fermentación del producto. La selección de las uvas para el vino base es fundamental si se desea obtener un vino espumoso con características bien definidas.

La revolución tecnológica de la década de 1980 cambió radicalmente tanto el vino como el viñedo del distrito de los Lambruscos (hoy se puede mecanizar), en beneficio de la calidad intrínseca de las uvas acentuada por las bodegas de

producción. Por lo tanto, el Lambrusco ya no es un simple vino tinto espumoso, sino que enriquece su identidad en clave moderna y original, capaz de estimular las emociones del consumidor.

Paralelamente a la calidad se inició un proceso de desarrollo de los sistemas de certificación y protección del Lambrusco con la creación de los consorcios: en 1961 el Consorcio de Protección de Modena, en 1962 el Consorcio de Protección voluntario para la defensa del vino típico Lambrusco Reggiano, entre 1970 y 1971 los



Lambruscos de Modena y Reggio Emilia obtuvieron el reconocimiento de la DOC (Denominación de Origen Controlada) y los dos Consorcios de Protección comenzaron su actividad para defender la identidad del vino.

En la actualidad, los consorcios son los titulares, junto con los productores, de la auténtica imagen del Lambrusco moderno y de su tradición. Todos los años en Reggio Emilia, en el Lambrusco Awards (etapa final del Concurso enológico Matilde de Canossa) se premian los mejores Lambruscos. A finales de 2019 fueron premiadas nueve etiquetas que comprenden todas las zonas de producción del Lambrusco: Modena, Reggio Emilia, Parma y Mantua. Por mencionar algunas familias, comenzamos con la familia Medici Ermete.

Produce Lambrusco desde hace más de un siglo, recibió la medalla de oro por su famoso vino “Concerto”. La familia, que llegó a su quinta generación, es propietaria de 75 hectáreas de viñedo distribuidas entre las zonas de mayor interés para esta producción en la región de Emilia-Romaña. La filosofía exitosa fue una estricta selec-



PRODUCTORES
EN LA
FOTOGRAFÍA,
ALBERTO
MEDICI.
ARRIBA, LA
BODEGA
MEDICI
ERMETE.

ción de las uvas en detrimento del rendimiento por hectárea que era inferior, pero con la garantía de una calidad superior.

Lambrusco Reggiano Frizzante Secco DOC – “Concerto” 2017

El más famoso de los Lambruscos de la región de Emilia-Romaña se produce a partir de la variedad más importante de la zona: el Salamino.

Uvas: Lambrusco Salamino 100%

Denominación: Reggiano DOC



SANTA CROCE
EN LA PARTE
SUPERIOR LA
BODEGA SANTA
CROCE EN
1931, AQUÍ
ARRIBA UNA
IMAGEN
HISTÓRICA DE
LA BODEGA.

Alcohol: 11,5 % vol

Color: rojo rubí intenso, brillante

Perfume: aromas afrutados tirando a fruta roja

Sabor: seco acompañado con notas ácidas bien equilibradas con sensaciones de suavidad y plenitud, un final fresco y vivaz que lo hacen agradablemente armonioso.

Otra etiqueta que seguramente hay que nombrar es la "Cantina di Santa Croce", una de las bodegas que hizo la historia

del Lambrusco con más de 100 años de vinificaciones. Se originó en 1907 como asociación de los productores locales de uvas Salamino. Actualmente cuenta con 250 miembros y su producción es de 16.000 quintales de uvas al año. Es reconocida en el ámbito vitícola y enológico como una importante entidad productiva, que se asienta en fuertes bases asociativas entre los varios productores de la zona. Nos encontramos en Santa Croce, parte del municipio de Carpi en la provincia de Modena, símbolo del cultivo del Lambrusco Salamino en torno al cual se constituyó su fuerte identidad, ya que en estas zonas esta variedad de vid ofrece los mejores resultados.



PALLINI
- ITALIA -

DRINK RESPONSIBLY

Simply Squeeze
REAL
 COCKTAIL INGREDIENTS®



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



FOLLOW ALONG!

@RealCocktailIngredients | @RealCocktailIngredients • www.realingredients.com



Lambrusco Salamino di Santa Croce Secco DOP

Vino obtenido de una vinificación en tinto con maceración en frío.

Uvas: Lambrusco Salamino 100%

Denominación: Santa Croce DOP

Alcohol: 11% vol

Color: rojo rubí brillante e intenso

Perfume: notas afrutadas características que evocan las frutas rojas, la cereza, la guinda y la ciruela

Sabor: seco, intenso, con cuerpo y evocación vinosa.

Todo indica que el Lambrusco ya no es un vino campesino bebido sólo por nuestros abuelos. El Lambrusco, en sus tres variedades, acompaña, sigue y pone de relieve el más mínimo cambio de gusto, cada leve variación de sabores. El Lambrusco di Sorbara, por su fuerte nota aromática, la elevada acidez, la suavidad y la intensidad es un compañero ideal para brindar con alegría.

El Lambrusco Grasparossa di Castelve-



tro, con un cuerpo más pleno e intenso, se combina con sabores más pronunciados y penetrantes. El Lambrusco Salamino di Santa Croce es ideal para acompañar platos llenos de la tradición de la región de Emilia-Romaña por su especial fragancia, sabor vinoso y gran cuerpo.

El Lambrusco es uno de los más prestigiosos embajadores de Emilia-Romaña en el mundo.

Valentina Rizzi



UNIDOS E INDEPENDIENTES

Doscientos años de una historia importante. Piero Luxardo: «Tratemos de merecer lo que hemos heredado»

DE MELANIA GUIDA

A lo largo del camino que, de una Venecia vacía que raya en lo conmovedor, conduce a Torreglia (8000 habitantes en las laderas del Parque de las Colinas Euganeas) Piero

Luxardo Franchi, presidente de Luxardo S.p.A, resume en pocas palabras el sentido de la misión empresarial: «Tratemos de merecer lo que hemos heredado».

Doscientos años después (era el año

1821) el legado tiene el sabor audaz de una historia extraordinaria, caracterizada entre otras cosas por el privilegio de la patente concedida por el Emperador de Austria, y vinculada de forma ininterrumpida a una sola familia, que ya llegó a su séptima generación.

La historia de los Luxardo, que abarca el Rosolio Maraschino de la marquesa Canevari, los esfuerzos de Michelangelo y luego de Giorgio así como la visión de Nicolò, no representa únicamente la consolidación de la excelencia del sector licorero italiano, sino sobre todo una historia de vínculos familiares y de pertenencia, que tiene un profundo sentido de continuidad con el territorio y las generaciones. «Que nos hace sentir satisfechos y orgullosos», afirma el presidente. En suma, la clave del éxito.

Con ocasión del bicentenario «estábamos listos con numerosas celebraciones. Paciencia, festejaremos más adelante, cuando será posible hacerlo en condiciones seguras».

Hagamos una evaluación: ¿cuál es el balance de la situación actual? «El mercado italiano representa un tercio del mercado mundial y francamente está muy mal. El segmento de la confitería es el único que logra mantener bastante bien su cuota. Eso sí, los supermercados y las panaderías marcaron la diferencia en positivo».

¿Qué sucede en el resto del mundo? «En los países sujetos a monopolio estatal, en Canadá o en Noruega, por ejemplo, el problema no existe. De hecho, se registra un aumento significativo. Desde hace poco los Estados Unidos se reactivaron estupendamente. El problema sigue siendo la vieja Europa, que lamentablemente está en la misma situación que Italia».



PRODUCTORES
AQUÍ ARRIBA
PIERO
LUXARDO. AL
PRINCIPIO LA
FAMILIA EN LA
EMPRESA.

¿Piensa que sea necesario que el sector licorero cambie sus estrategias para abordar un futuro como mínimo incierto? «Por lo que respecta a la distribución, pienso que sí. Lo vimos, por ejemplo, con el auge de las ventas en línea. Amazon y Alibaba fueron los actores dominantes hasta que las personas permanecieron en el sofá, presas de la “amazonitis”...».

Con el estímulo del grupo Spiriti (Es-

Vecchio Amaro del Capo[®]

RED HOT EDITION



BÈBELO
HELADO
-20°



Spritz Calabro

6 cl Amaro del Capo Red Hot Edition
1 cl zumo de lima
5 cl agua tónica "Miracle 1638"
5 cl Prosecco DOC brut "Mangilli"
Hielo, twist de limón, un chile.



Bebe responsabilmente. CaffoStudio

amarodelcapo.com



píritus) de Federvini fueron presentadas la solicitud de reducción del impuesto especial sobre aperitivos, destilados y vermut y la solicitud de abolición de la contramarca, herencia de la burocracia de los Saboya. Sin embargo, dichas solicitudes fueron infructuosas. «Considerando que por lo que se refiere al alcohol el impuesto especial es diez veces superior al coste de las materias, Micaela Pallini (presidenta del Grupo Spiriti de Federvini, n.d.r.) tiene razón al insistir. Es una mujer extraordinaria. Sin embargo, temo que por el momento no tenga grandes posibilidades de éxito».

Hablemos de aranceles. Desde marzo, en Estados Unidos está en vigor una tregua de cuatro meses en relación con muchos productos europeos, aperitivos



HISTORIA
 AQUÍ ARRIBA
 FRANCO
 LUXARDO,
 SOCIO
 PRINCIPAL DE
 LUXARDO SPA.
 ABAJO LA
 ESTAMPILLA
 QUE POSTE
 ITALIANE
 DEDICÓ A LA
 EMPRESA.



LUXARDO
PIERO EN LA
EMPRESA,
REPRESENTA
LA VI
GENERACIÓN
DE LA FAMILIA.

y licores italianos. ¿Qué significa para Lu-xardo? «Seguramente es fundamental para todo el sector agroalimentario: aceite, pan, vino y que-sos. Por supuesto, también para nuestro sector representa una señal significativa. Incluso porque la recuperación ya está cerca».

Las celebraciones para un aniversario tan importante sólo han sido aplazadas, pero algunas novedades ya se encuentran en el mercado. Pienso por ejemplo en Antico. «Sí. Es un producto similar a un Vermut, que estamos lanzando precisamente en estos días. Una especie de reinterpretación del Vermut que en base al pliego de condiciones no podemos producir. Se trata de un producto obtenido por infusión del zumo de cerezas de marasca (las cerezas Luxardo) que se deja añejar en barricas de roble, con la adición

de especias y hierbas amargas. Evoca un poco el sabor de las cerezas de marasca, con más cuerpo. Excelente para saborear puro y perfecto para desempeñar el papel del Vermut rojo en mezcla».

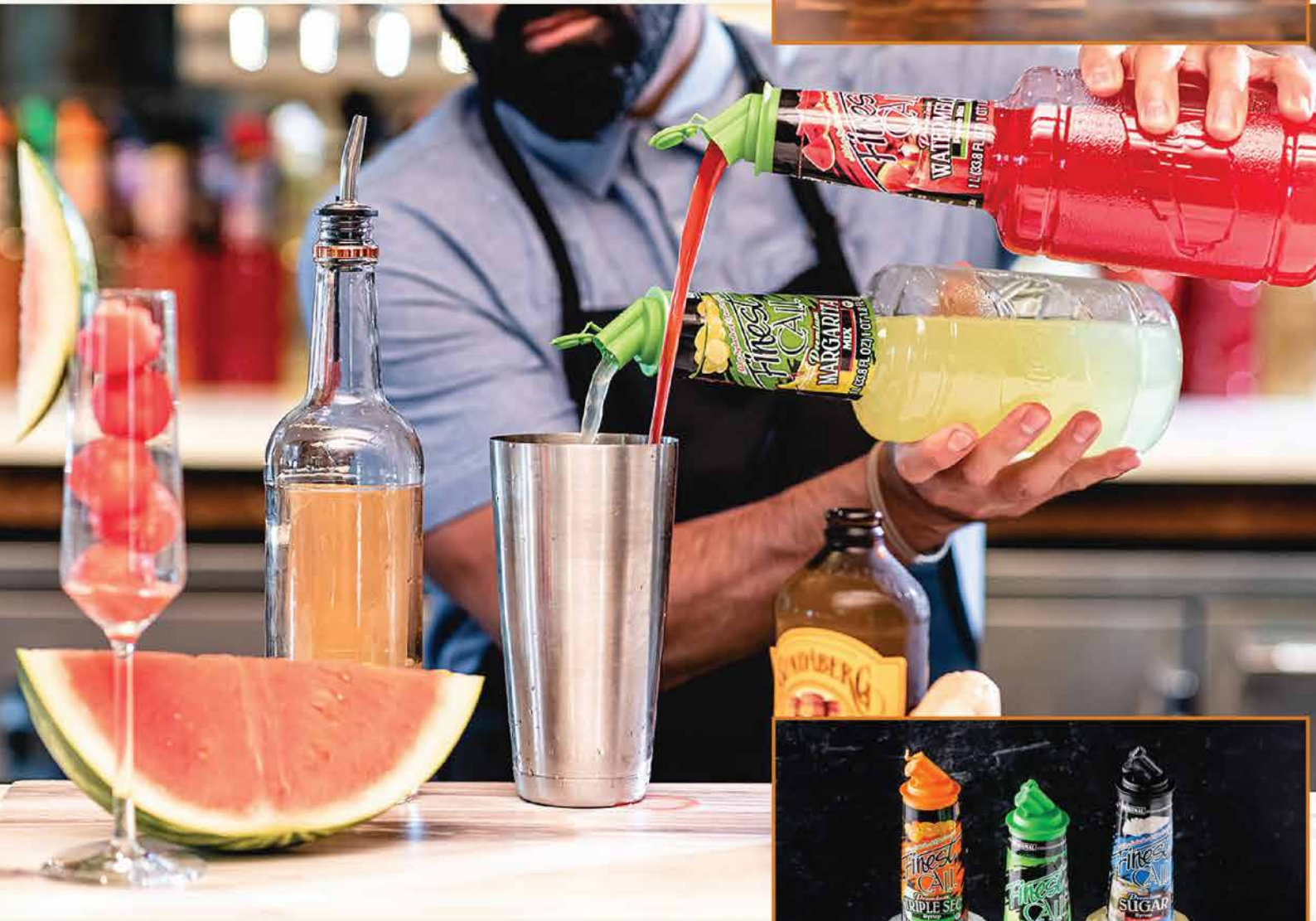
Luego está la estampilla. Con el logotipo del bicentenario, la botella empajada del histórico Maraschino y el perfil de la postal publicitaria Luxardo de la década de 1930. La serie temática de Poste Italiane (Correos italianos) de tirada limitada, sólo 300.000 unidades, emitida por el Ministerio de Desarrollo Económico es un homenaje a una de las “excelencias del sistema productivo y económico”. «Una gran satisfacción. De 230 solicitudes presentadas por las empresas, Poste aceptó sólo 20. Somos unos privilegiados». Chapó.

Melania Guida





MIXOLOGY MINDED COLLECTION

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL



FOLLOW ALONG!

 @FinestCallEU

 @FinestCall_EU

Visit our new website! www.finestcall.com



COCKTAIL PRO

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

DRINK RESPONSIBLY



APULIA PARA BEBER

Pequeña historia líquida de una región llena de tesoros para descubrir y redescubrir

DE FABIO BACCHI

Es la región más oriental de Italia, conocida por su mar azul y por las hermosas playas situadas entre estribaciones que dominan dos mares que bañan el mayor desarrollo costero de Italia.

La historia de Apulia se refleja en sus castillos, en las torres de vigilancia costera, en los palacios nobiliarios, en aldeas y plazas encantadoras (símbolos de los dominios que se sucedieron a lo largo de los siglos), en basílicas, catedrales y santuarios. Una historia que desarrolla sus raíces en los testimonios de la arquitectura rural, representada por las granjas

históricas y por los trulli, como los de Alberobello y del Valle de Itria, pero también por una naturaleza que el sol tiñe de colores en todas partes, como en los Parques Nacionales del Gargano y de Murge, en los fondos de las reservas marinas de las islas Tremiti y de Torre Guaceto. Desde el Gargano hasta el Salento, pasando por el Valle de Itria y la costa jónica, el “tacón” de Italia se ha convertido en uno de los destinos turísticos más populares y concurridos del mundo.

Una tierra rica en hospitalidad, en vinos que han conquistado las mesas más exquisitas, una gastronomía en la cual



sobresalen siempre los sabores más auténticos y genuinos de cada ingrediente e incluso en destilados y licores que perpetúan tradiciones y ritos familiares desde hace siglos.

El licor más antiguo del sur de Italia que se encuentra en el mercado es pullés, los rosolíos de la tradición procedentes de los frutos de la naturaleza local representan la especialidad de pequeñas fábricas de licores que constituyen un legado que se debe proteger, porque consisten en

una combinación de tradición y experiencia inigualables, de las que se transmiten de generación en generación. No faltan destilados de vanguardia que dirigen su mirada hacia el futuro sin olvidar su origen. Todas las regiones de Italia pueden enorgullecerse de contar con todo esto, por lo tanto Italia puede considerarse una de las expresiones más importantes del sector licorero a nivel mundial. Es incluso por esto que las generaciones de bartenders italianos que se suceden detrás

APULIA
AL PRINCIPIO
BARI -
LOCOROTONDO.
EN LA PARTE
SUPERIOR
ALBEROBELLO.
AQUÍ ARRIBA
FOGGIA
- GARGANO.

150 VARNELLI

1868-2018



SHALL WE MIX?

www.varnelli.it



DRINK RESPONSIBLY



de los mostradores de los bares más prestigiosos del mundo desarrollan una maestría técnica sin igual, fomentando el gusto por la calidad que se vuelve pasión y profesionalidad.

A continuación, se indica una pequeña pero significativa representación de la historia líquida de esta región.

Algunos de estos tesoros líquidos son más conocidos, otros, quizás, son menos famosos, pero precisamente por esta razón “descubrirlos” será todavía más emocionante. Son productos que merecen encontrarse en los botelleros de cualquier tipo de bar, porque cada uno de ellos esconde una historia que se debe revelar, antigua, pero siempre nueva cuando se relata. Ya lo hemos hecho en el pasado,



seguiremos haciéndolo para esta región y para el resto de Italia, porque BarTales nació con este objetivo, dar a conocer a todo el mundo las expresiones más hermosas del sector licorero italiano, incluso las más pequeñas.

APULIA
 EN LA PARTE SUPERIOR
 BRINDISI - OSTUNI.
 ABAJO A LA IZQUIERDA
 TARANTO, A LA DERECHA
 LECCE. AQUÍ ARRIBA CASTEL DEL MONTE.



BORSCHI SAN MARZANO ELISIR RISERVA

Envejecer bien no es para todos y con sus 181 años de historia Elisir San Marzano Borsci es el licor más antiguo del sur de Italia que se encuentra en el mercado. El secreto de este licor, arraigado en la tradición popular de Apulia antes y del resto de Italia después, se encuentra en su exótica receta inventada por Giuseppe Borsci en 1840 y transmitida de padres a hijos.

La historia de este licor comenzó en la pequeña localidad pullesa de S. Marzano di San Giuseppe, en la provincia de Taranto. El licorista perfeccionó una antigua receta heredada de sus antepasados de origen caucásico y creó este delicioso amargo. En el embalaje todavía aparece su firma en la etiqueta y se mantuvo el águila imperial, que sustituyó dos antiguas

esfinges, en memoria del periodo que la familia Borsci transcurrió en Albania.

A principios del milenio, tras un periodo prolongado de vicisitudes turbulentas que implicaron una grave crisis empresarial de la fábrica de Taranto, el grupo Caffo 1915 decidió adquirir la propiedad para proteger la historicidad de la marca. Habiendo comprendido el potencial comercial de la etiqueta, al dinámico grupo calabrés bastaron pocos años de gestión eficaz y estrategia inteligente para brindar un nuevo amanecer al producto histórico y despertar en los italianos el recuerdo del sabor inconfundible y la versatilidad del ingrediente.

El 180° aniversario de Elisir Borsci S. Marzano fue presentado con una edición reserva conmemorativa que redescubre la receta histórica y su origen. Elisir Bor-



sci S. Marzano Riserva se presenta con una base alcohólica de 45 grados, una graduación que lo convierte en un licor con cuerpo, de re-flexión, excelente para después de la comida, tal vez acompañándolo con chocolate amargo.

El ingrediente básico de la receta original, Ron agrícola, no es una característica típica, representa más bien el origen de Borsci San Marzano que históricamente nace como "Rhum di S. Marzano". Las normativas promulgadas a lo largo del tiempo lo convirtieron, primero en "Elisir di Rhum" y luego en "Elisir S. Marzano". Se puede afirmar que Elisir San Marzano fue el primer Ron especiado italiano. El Ron agrícola utilizado en la receta se añeja en barricas de roble durante por lo menos ocho años. Esta preciada base alcohólica se acentúa y sostiene el aroma de las especias orientales que lo componen como: canela, cola, raíz de mabí, cerezas secas, café, cacao y azafrán.

Elisir Borsci S. Marzano Riserva se percibe en el paladar con un sabor pleno y aromático que de hecho evoca las sensaciones originales del pasado. Elisir Borsci S. Marzano Riserva seguramente es un reconocimiento y un homenaje a Giuseppe Borsci y a su historia, pero en particular al difunto Egidio Borsci (4ª generación) que, como un auténtico capitán, enfrentó los años más difíciles de la empresa llevando la marca hacia el grupo Caffo 1915 que representa un "puerto seguro".

El embalaje de la botella está inspirado en el original, del cual se conservan varias unidades en el museo de la Destilería fundado por la familia Caffo. El vidrio grueso, irregular y envejecido de la botella representa una referencia a la edición histórica, en la etiqueta realizada por el diseñador gráfico Manolito Cortese aparecen las dos esfinges de la etiqueta original, los caracteres caligráficos evocan el exotismo de la marca.



AMARO MAFFEI

Le Murge es un conjunto de relieves de formaciones cársticas situados en la parte central de Apulia. Se dice que el término derive de la palabra latina “murex” que significa “piedra afilada”. Esta zona de Apulia es aún más interesante gracias también al Parque Nacional de Alta Murgia establecido en 2004. En un estudio botánico realizado en el territorio se registraron casi 1.500 botánicos presentes in situ, los cuales representan aproximadamente un cuarto de los que se registraron en toda Italia.

Entre esta riqueza vegetal destaca el hinojo silvestre, planta típica de la cuenca del Mediterráneo, que se utiliza ampliamente en la cocina, en la medicina tradicional y en el sector licorero. De esta planta versátil e intensamente aromática se originó el Amaro Maffei, un licor fresco, intenso y perfumado, cuya base es una delicada infusión de hinojo silvestre que le proporciona una propiedad purificante y digestiva.

En 2017, Gaspare Maffei y Vincenzo Carlucci dieron origen al proyecto Amaro Maffei en Gravina (Apulia), uno de los más



importantes centros de la zona de Murgia, con el objetivo de promover y revalorizar los productos típicos del territorio. Como todas las familias pullesas, incluso los antepasados de la familia Maffei se deleitaban en realizar licores caseros. El amargo cobró vida después de varias pruebas, siguiendo fielmente y sin cambiar nada de la vieja receta original según la cual la familia producía pocas decenas de botellas para regalar a amigos y parientes durante las fiestas navideñas.

El hinojo silvestre, típico de la parte de la comarca de Murgia de la zona de Bari, cosechado únicamente durante dos temporadas del año, entre diciembre y marzo, se macera lentamente en alcohol por aproximadamente 30 días. El intenso sabor vegetal, fresco y herbáceo del licor es totalmente natural, obtenido sin añadir aditivos, aromas o colorantes y utilizando toda la planta. Amaro Maffei es de color verde brillante con reflejos dorados, al olfato se presenta con una fuerte nota fresca e intensa de especias y cítricos que se encuentran en la boca en el medio

paladar. La nota cálida alcohólica de los 42° pone de relieve el cuerpo aromático del licor que continúa con un final prolongado y una suave nota rica de sabor.

Amaro Maffei, producto revelación, ya tuvo la posibilidad de darse a conocer en el extranjero participando a concursos de destilados y licores. En 2019 recibió el título de mejor licor italiano de hierbas en el World Liqueur Awards de Londres, uno de los concursos internacionales más prestigiosos que todos los años premia las excelencias mundiales del sector licorero divididas en 15 categorías diferentes. En el mismo concurso fue premiado por el embalaje inspirado en la botella original de la época. La confirmación de la calidad llegó con la medalla de oro en la categoría licores en el China Wine and Spirits Awards, una importante vitrina para el lanzamiento al mercado chino.

Es sumamente versátil en mezcla, su sabor delicado lo convierte en un ingrediente muy eficaz incluso en gastronomía. Servido fresco alcanza la máxima expresión de sus particularidades.



LIQUORERIA ESSENTIAE DEL SALENTO

La Liquoreria Essentiae del Salento, otro magnífico ejemplo de artesanía, fue creada en 2007 por voluntad de Emanuele De Gaetani con el objetivo de producir elixires salentinos típicos, respetando estrictamente las recetas tradicionales y los procedimientos que se han seguido desde tiempos remotos.

Nos encontramos en Ugento, franja de tierra que idealmente representa el tacón de Italia y donde se encuentra el mesón de la familia. Según la tradición, se servían a los clientes licores artesanales producidos con los cítricos de las plantaciones de su propiedad. Los extractos se preparan artesanalmente con productos frescos, sin utilizar conservantes, colorantes ni aditivos químicos. El ciclo de las infusiones sigue la estacionalidad de los productos, exclusivamente salentinos, cultivados de forma orgánica y cosechados el día antes de ser puestos en infusión. Éstos abarcan todo

lo que el bosque mediterráneo ofrece de manera natural: mirto, madroño, lentisco, aceitunas, cítricos, alca-chofas, hinojo silvestre, algarrobas, hierbas espontáneas y aromáticas y otros.

El pelado de los cítricos se realiza de forma manual, el añejamiento se lleva a cabo en la oscuridad y la filtración se efectúa con un paño de lino por caída libre: estas operaciones proporcionan al proceso de producción una calidad sumamente elevada. La fábrica de licores tiene una capacidad de aproximadamente 10.000 litros al año elaborando 5.000 kg. de materias primas. Las partes no utilizadas de la fruta se transforman para realizar productos afines como mermeladas de cítricos, confituras de frutas y de hortalizas, arropes de algarrobas, galletas "amaretti" y frutas en alcohol.

La producción comprende 14 referencias entre amargos y licores dulces. En la línea Salento encontramos especialidades



como Mennula de almendras amargas y canela, Focumene a base de chile habanero, almendra amarga y azafrán en pistilos, el licor aromático Raulu con hojas de laurel y hierbas locales, el Carosello con hinojo silvestre y otras hierbas salentinas. Se utilizan mucho los cítricos con los cuales se realiza Limoncello Limonia, y Limes con lima, jengibre y menta. La línea Italia comprende otros licores como Liquore di Mandorla, Liquore di Ulivo, Liquore di Alloro.

Estos licores con combinaciones de sabores muy peculiares y refinados, además de ser consumidos después de comer, fríos, se destacan en mezcla con una nota característica muy intensa. Sin embargo, el producto más exclusivo es seguramente Ulià Gin Mediterraneo en cuyo cuerpo botánico se encuentran especias puestas en infusión en frío y hojas de olivo, particularidad del territorio, luego se diluye con Aloe vera, tisanas y miel y se añeja durante 3 años en madera de olivo. Este Gin es fruto

de la inspiración que tuvo Emanuele De Gaetani mientras paseaba en los bosques concentrado en recoger ramitas de pino y enebro para realizar adornos florales.

En abril del año pasado Ulià se dio a conocer al público internacional, participando al prestigioso “The Gin Guide Awards 2020” de Londres en el cual se presentaron centenares de Gins procedentes de todo el mundo y se clasificó entre los primeros 6 aged Gins añejados y entre los primeros 8 por el embalaje. Ulià es de color caoba, elegante y claro, los 40° se perciben en el paladar reflejando el carácter del enebro, la suavidad del aloe y una delicada nota rica de sabor, en equilibrio con el olfato y con un final prolongado en el cual destaca la delicada complejidad especiada que deriva de diez botánicos, persistente con un agradable aroma retronasal. Es un Gin muy interesante en mezcla, es adecuado incluso para un consumo meditativo con sorprendentes posibilidades de maridaje.



AMARETTO ADRIATICO

Amaretto Adriatico se originó en el corazón del Valle de Itria, en Putignano sede del Carnaval más antiguo del mundo. Es un licor que, sin modificar la tradición, logra renovar la categoría con un sabor menos dulce y una nota más floral. Esta particularidad lo diferencia del perfil estandarizado que ya parecen tener todos los licores Amaretto del mundo.

El creador de Amaretto Adriatico (28°) es Jean-Robert Bellanger, ya director italo-francés, especializado en bebidas y lujo y vinculado afectivamente con Apulia. La inspiración nace de sus recuerdos de infancia, de la mamá italiana que preparaba su pos-

tre preferido, el tiramisù, con dos gotas de Amaretto. El secreto de Amaretto Adriatico es uno de los elementos típicos regionales más icónicos, la almendra pullesa.

La almendra “Filippo Cea” conocida por su excelente sabor, se elabora mediante un proceso revolucionario. La Almendra de Toritto (presidio Slow Food) está compuesta por varios cultivares autóctonos que llevan el nombre de antiguas familias del territorio de Toritto: “Antonio Devito”, “Gen-co” y “Filippo Cea”. El más conocido y difundido es el cultivar autóctono “Filippo Cea”, famoso por la dulzura de su semilla y por las excelentes notas aromáticas.

Las almendras utilizadas para Adriatico, cosechadas a mano en la campiña de Apulia, son cultivadas por la familia De Michele. Éstas se tuestan por un tiempo prolongado antes de ser maceradas y destiladas en alambiques tradicionales, luego se combinan con las notas de una infusión de vainilla, canela, cacao y un toque de café. El azúcar de caña se utiliza en menor medida que (200gr/l) en un Amaretto tradicional (dos veces menos). Por último, una pizca de sal procedente de la salina adriática de Margherita di Savoia proporciona delicadeza y una caracterización única.

El embalaje es sumamente refinado, una oda a Apulia, a su mar, a sus colores y a los lugares más icónicos; con los colores que aparecen en la etiqueta, con el logotipo que incluye dos símbolos emblemáticos de Apulia: el trullo de Alberobello y la almendra. La forma cilíndrica de la botella se inspira en la arquitectura medieval de Castel del Monte. Precisamente como para el castillo, en el diseño se utilizó la proporción áurea para obtener la llamada ergonomía “divina”.

La mente del explosivo Jean Robert creó



la novedad de Amaretto “Bianco-Crushed Almonds” (16°) una variante de Amaretto Adriatico con matices sedosos de licores de leche de almendras, no cre-moso, obtenido de una alta concentración de almendras blancas y aroma de vainilla. Amaretto Adriatico fue embotellado por primera vez en 2019, ya fue premiado en los Sip Awards, en el IWSC, en la San Francisco Spirits Competition y en la London Spirit de 2020.

Si bien Amaretto Adriatico sea sumamente reciente, ya se encuentra en los más importantes mercados europeos occidentales y en Asia, Japón y Singapur, donde se luce en las coctelerías más

prestigiosas. El secreto del éxito de este Amaretto es su fórmula revolucionaria que pronto tendrá un nuevo desarrollo. En efecto, este año habrá un lanzamiento especial de Amaretto Adriatico dejado afinar en el mar Adriático a 22 metros de profundidad.

Al saborearlo puro, enseguida se percibe la complejidad aterciopelada de Amaretto Adriatico, pero, contrariamente a lo que se suele pensar sobre la categoría del producto, su sabor revolucionario puede ofrecer nuevas sensaciones en mezcla, sin ser invasivo, favoreciendo el equilibrio de los ingredientes y brindando una delicada suavidad.



FÁBRICA ARTESANAL DE LICORES ANTICHI ELIXIR

Molfetta, situada en el Adriático, a lo largo de su historia ha visto sucederse griegos, romanos, godos, bizantinos, longobardos, normandos, españoles y franceses. Fue precisamente bajo el dominio normando que en el año 1000 se convirtió en el puerto de partida de los cruzados, hoy sigue siendo uno de los centros marítimos más importantes de Apulia.

En 2014, en esta próspera ciudad de aproximadamente 60.000 habitantes el joven empresario Alessio Picca Bartolomeo fundó una pequeña fábrica de licores, Antichi Elixir, cuyas palabras clave son artesanía y tradición. También la historia de Alessio, como muchas otras, se perpetúa hundiendo las raíces en el legado de antiguas recetas de licores de la familia. Son elixires que guiñan un ojo al territorio del cual representan una sincera expresión. Las frutas, las bayas y los cítricos, elaborados manualmente para la producción, son exclusivamente locales y se cosechan de forma estacional para respetar el ciclo natural de las estaciones. La elaboración de las materias primas se realiza diariamente con maceraciones estrictamente en frío en alcohol Buongusto, para permitir una extracción lenta pero delicada y eficaz de los aromas más volátiles. La decantación se efectúa con el antiguo método de los paños de lino. Es la naturaleza que entra en la botella y luego en una copa y no deja ningún espacio para conservantes o colorantes.

Frente a tanta manualidad, por supuesto la producción es muy limitada. Una de las frutas que la naturaleza ofrece a este territorio es el membrillo (*malus cydonia*). Del néctar de esta orgullosa fruta cosechada durante las suaves temperaturas

primaverales se produce un elixir único y original, Po-mus (45°). Este licor digestivo de fruta presenta un color ámbar oscuro, brillante, al olfato se percibe un aroma intenso, fresco, con los toques afrutados de la manzana, en el final notas de regaliz y una espléndida suavidad todavía más apreciada cuando se sirve frío. El equilibrio entre dulce y ácido se percibe de la mejor manera en el final prolongado y persistente. El néctar de membrillos se utiliza también en la producción de Sud (32°) un amargo con propiedades tónicas y digestivas, producido por infusión con néctar de membrillos, cortezas de cítricos, raíces, plantas, flores y especias.

Otro elemento típico de la región de Apulia es la almendra. Amaro 109 toma su nombre de la cantidad de almendras, variedad “Filippo Cea”, utilizada para su producción. Otros ingredientes son: raíz de genciana, cortezas de cítricos, flores y especias. La almendra de Toritto (presidio Slow Food), famosa por su excelente sabor, está compuesta por varios cultivos autóctonos que llevan el nombre de antiguas familias de la localidad de Toritto, entre las cuales “Antonio Devito”, “Genco” y “Filippo Cea”. Esta última es la más conocida y más difundida, es famosa por la dulzura de sus semillas y por las excelentes notas aromáticas. El Amaro 109 (28°), presentado en el Concurso Internacional de Bruselas, al olfato se caracteriza por un aroma intenso, al paladar tiene una nota dulce, perfumes afrutados y elegantes, en el final delicadas notas de almendras.

Otro elixir afrutado es Ako (26°), un elegante licor de granada obtenido de una mezcla de zumos de dos variedades de granada, Wonderful, agridulce y Ako, muy dulce. El embotellamiento de los licores,



incluyendo llenado, etiquetado y sello de lacre, se lleva a cabo completamente a mano. Estos elixires de reflexión, excelentes digestivos, que se combinan con un delicado postre, dan resultados excelentes incluso en mezcla. Un leve cambio de color puede ocurrir debido a la ausencia de aditivos, lo cual garantiza su gran naturalidad.



FÁBRICA DE LICORES FIUME

Fiume es una empresa de Putignano que, desde hace más de 50 años, en un pequeño taller artesanal, produce licores y jarabes de calidad sumamente alta gracias a la pasión y la ingeniosidad de su fundador, Vittorio Fiume. El eslogan “Tradición para Beber” relata perfectamente la historia y la misión de Fiume. Las recetas de sus productos se idean y afinan en el laboratorio de investigación y análisis, pero siempre de conformidad con la tradición y la experiencia de los maestros licoreros.

Latte di Mandorla Fiume, que se produce siguiendo todavía el método artesanal y utilizando sólo almendras dulces

100% pullesas, combina de manera eficaz tradición e innovación. Elisir Dei Trulli es una receta histórica, la más antigua de la fábrica de licores Fiume. Se presenta con un sabor cálido y aterciopelado, tiene un aroma intenso en el cual dominan las notas inconfundibles de chocolate, Ron, avellana y café, que se funden en una armonía acentuada de manera perfecta por los 49° de la receta. Al paladar se percibe un sabor aterciopelado y con cuerpo con un final persistente y rico de aroma.

El éxito de la línea de licores “Essenze di Puglia” ha sobrepasado las fronteras regionales, gracias a su versatilidad en mezcla y como consumo puro. En esta refinada gama de licores destacan Licori-



ce (26°) extracto de regaliz calabrés puro, con un aroma intenso y un regusto agradable y persistente. Al paladar se percibe una sensación suave y sedosa, Licorice se puede saborear tanto frío como a temperatura ambiente.

Cuenta la tradición que el 24 de junio, la noche de San Juan, las mujeres se encontraban debajo de los nogales para cosechar los rueznos aún tiernos y verdes. De esta mística cosecha se originaba un delicioso néctar, con propiedades tónicas, estimulantes y digestivas.

Nocino Fiume (40°) se obtiene de los rueznos verdes puestos en infusión en alcohol con especias durante 60 días. El resultado es un licor intenso con cálidas notas especiadas.

Caffè Fiume (25°) es el resultado de una infusión de café 100% Arabica suda-

mericana. Es suave y equilibrado, se obtiene poniendo en infusión alcohólica el café durante aproximadamente dos meses.

Cocoa Zen (17°) es un delicioso licor de chocolate y jengibre. Las propiedades corroborantes y anti-oxidantes del chocolate se funden con las propiedades tónicas y digestivas del jengibre.

Diamanda (21°) es el nuevo licor a base de leche de almendras (almendras dulces 100% pullesas) de la misma fábrica de licores. Es un licor dulce con una nota final levemente amarga, que lo hace único en su género. Se bebe bien frío o con hielo, es una excelente base para cocteles.

En esta rica y diversificada producción no podemos olvidar algunos de los amargos pulleses más conocidos como Amaram, Biliq y Amaro Pugliese que no pueden faltar en las coctelerías de toda la región.



FÁBRICA DE LICORES ESSENZE DEL GARGANO

No hay cítricos en la costa adriática, con excepción del Gargano, el monte que baja hasta el mar. Los cítricos del promontorio representan un ejemplo histórico de agricultura en armonía con la naturaleza y el ambiente circundante. Es más, las plantaciones de cítricos del Gargano producen frutos durante todo el año y representan la identidad cultural de varias localidades: Rodi es el municipio de los limones, Vico y Ischitella son los municipios de las naranjas.

Notas sobre las especialidades: entre abril y mayo se producen las Durette, en mayo las naranjas Bionde, el Melangolo es una naranja entre mediana y pequeña, de color rojo intenso y brillante, corteza muy fina, pulpa firme y sabor agridulce. El Femminiello del Gargano se cosecha durante todo el año, es la más antigua variedad de limones de Italia y existen tres tipos.

A finales del siglo XIX, la superficie cultivada de cítricos era de casi 1.000 hectáreas, pero de ésta hoy en día queda muy poco.

Los terrenos cultivados con fruta en Gargano se llaman “giardini” (jardines), un paisaje agrario único. Casi siempre se encuentran cerca de las casas señoriales, circundados por muros de piedra seca o barreras de cañas para protegerlos contra los vientos y el adarce. En estas zonas no es raro encontrar en venta cítricos todavía envueltos en el típico papel de seda que se utilizaba en el pasado en el que aparecía la publicidad del productor. Los municipios del Parque Nacional de Gargano que más han desarrollado esta producción son Vico del Gargano, Ischitella y Rodi Garganico.

En este contexto, en marzo de 2011 en Vico del Gargano surgió la empresa “Essenze del Gargano”. Su fundador es un joven empresario local, Rocco Afferrante,



que decidió seguir las tradiciones locales utilizando únicamente los cítricos IGP (Indicación geográfica protegida) originarios del territorio y elaborados manualmente. Puesto que era propietario de un terreno de aproximadamente dos hectáreas en el cual prosperaban 400 árboles de cítricos, decidió transformar las frutas en algo especial. Seguramente en licores, pero también varias mermeladas y conservas. Todos los licores producidos en este taller artesanal se obtienen con cítricos con el amparo del presidio Slow Food. Es-senze del Gargano es una empresa pequeña pero sumamente productiva, con una importante serie de rosolés, digestivos y licores cremosos.

Lemonlivo del Gargano es un licor típico local digestivo que se obtiene de la infusión de cortezas de “Limone del Gar-

gano IGP” y hojas de olivo con un toque de caramelo.

Agrumetto del Gargano (21°) es un rosolí de cítricos como naranjas, limones y mandarinas puestos en infusión en alcohol puro.

Otros rosolés de cítricos son Limoncinno (30°) realizado con cortezas de Limón Femminiello y Arancino realizado con la naranja Bionda local.

Muy particular y con un nombre singular es el Arsenico del Gargano (21°). Este licor se obtiene de la infusión de ciruelas silvestres en alcohol y azúcar con la adición de ramitas verdes en el interior.

Otra especialidad es Amarillo (25°), licor que deriva de la infusión de hojas de guindas con la adición de vino.

Licores que deben probarse seguramente en mezcla.



INFUSERIA BRINDISINA

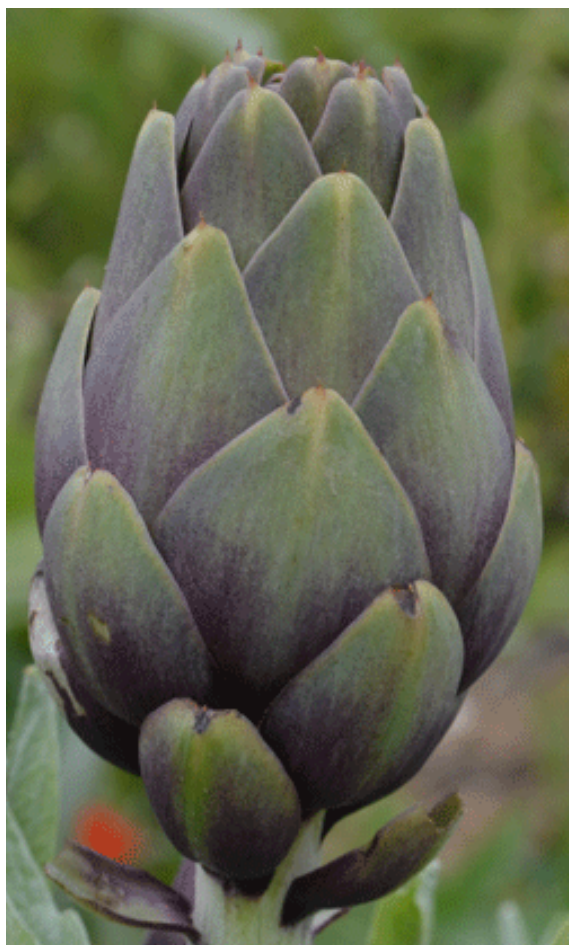
Digamos que dos amigos salen a cenar una noche de verano. Parece un cuento ya escrito, pero eso es precisamente lo que sucedió. Dos jóvenes amigos de Brindisi, Fabrizio Di Rienzo y Francesco Li-llo, durante una cena que resultó propiciadora, se encontraron para hablar de una excelencia del territorio, la alcachofa.

Esta hortaliza de la especie *Cynara cardunculus* subsp. *Scolymus* L. atribuye al ecotipo Carciofo Brindisino se cultiva en algunos municipios de la provincia de Brindisi. Como prueba del arraigo social, económico y cultural de la alcachofa en el territorio tenga en

cuenta que su origen in situ se remonta al siglo XVII. Su estacionalidad precoz permite que sea comercializada antes de las alcachofas cultivadas en otras zonas geográficas.

¿Por qué no producir una bebida a base de alcachofas? Gracias a una financiación obtenida mediante una convocatoria regional PIN y a otra concedida por el municipio de Brindisi, los dos jóvenes lograron crear en la ciudad una fábrica, la Infuseria Brindisina, e iniciar la experimentación de un amargo que promete ser realmente único. Dos años de trabajo y pruebas para llegar a la fórmula final.

Esta iniciativa representa la manifes-



tación de un nuevo empresariado, joven, proactivo, enamorado de su ciudad y sobre todo consciente de las potencialidades y de las vocaciones del territorio.

El nombre del nuevo amargo será Carduus. La materia prima es la alcachofa brindisina cultivar re-generado B2, que procede de cultivos de productores amigos de los dos fundadores. La alcachofa se pone en infusión en frío en alcohol puro con otros botánicos entre los cuales el ruibarbo. El contenido alcohólico se situará entre 30° y 35°.

La producción de Carduus representa un ejemplo de la economía circular que ampliará la gama, que ya es vasta, de artículos comercializados realizados con este producto. El lanzamiento al mercado de Carduus se prevé para julio de 2021 y estamos seguros de que este nuevo licor logrará hacerse notar y ser valorado.

Fabio Bacchi



THE WHISKY EXCHANGE

Inglaterra 1971. Los cónyuges Narinder y Bhupinder Singh, inmigrantes asiáticos, abrieron su tienda The Nest “off licence”, es decir con una licencia de venta de bebidas alcohólicas sin consumo in situ, en Hanwell, en la zona oeste de Londres. Fue la primera familia de inmigrantes asiáticos en obtener la licencia para vender bebidas alcohólicas en territorio británico. Los dos hijos Sukhinder, el mayor, y Rajbir crecieron junto con la empresa de los padres aprendiendo todos los aspectos de la gestión y sobre todo

acercándose al mundo de los destilados y de los vinos. El éxito fue inmediato y se amplió hasta tal punto que en 1991 The Nest, que en esa época era administrada por Narinder y su esposa, recibió el premio “Off Licence Of The Year”. Una parte del premio recibido por los dos cónyuges fue un viaje a Australia. Esto representó la ocasión para Sukhinder de administrar de manera independiente la empresa familiar durante su ausencia.

En 1990 Sukhinder se graduó de aparejador, sin embargo en esa época el Reino



Unido estaba atravesando una crisis del sector inmobiliario. Esta situación no favoreció a Sukhinder que siguió trabajando en la tienda esperando tiempos mejores.

En 1994 en la tienda llegaron a venderse 100 Whiskys Single Malt convirtiéndose en un destino turístico para los aficionados al destilado escocés. El mismo Sukhinder se apasionó cada vez más por el Whisky y se convirtió en un coleccionista comenzando con licores en miniatura. Lamentablemente, todo lo bueno tiene un final y en 1999 el The Nest fue cerrado definitivamente y vendido. Los padres se jubilaron, pero al mismo tiempo Sukhinder y Rajbir decidieron unir sus fuerzas y la pasión por el Whisky que tenían en común. Así, en 1999 los dos hermanos



The Sawhneys flank Ian Harris of Seagram, Wolf Blass, and Peter Bathe of Off Licence News

OLY Award winners down under

THE WINNERS of the 1991 Off Licence of the Year Award — Narinder Singh Sawhney and his wife Bhupinder — met up with people on the Wine Flight of a Lifetime during a visit to the Wolf Blass winery in Southern Australia.

Wolf Blass entertained the Sawhneys during their six-day stay in Australia before they flew on to Montana in New Zealand. Both Montana and Wolf Blass are handled in the UK by Seagram, the joint sponsor with Off Licence News of the Off Licence of the Year Awards.

"Off Licence News"
6th March 1992.

Shaking perspectives



Bebe con moderación, es tu responsabilidad



gamondi.it



GAMONDI
1890



PROTAGONISTAS
 EN LA PARTE SUPERIOR IZQUIERDA RAJ CHAVDA; EN LA FOTOGRAFÍA A LA DERECHA SUKHINDER (A LA DE-RECHA) Y RAJBIR. AQUÍ ARRIBA BILLY ABBOTT; A LA IZQUIERDA DAWN DAVIES.

fundaron “The Whisky Exchange”, el sitio web que sustituyó, aunque de forma virtual, The Nest, proporcionando a los dos hermanos “la misma satisfacción que el negocio anterior”, según lo que escribió Sukhinder en la carta de inauguración del sitio web. Luego adquirieron un depósito cerca de The Nest y lo llenaron con las existencias de productos de The Nest que

habían recibido del padre.

Puesto que tenían todos los requisitos necesarios, los resultados no tardaron en llegar. Después de sólo unos días del lanzamiento oficial del sitio web, los dos hermanos recibieron el primer pedido de Alemania, gracias sobre todo a los conocimientos que Sukhinder había adquirido en los últimos años a través del coleccionis-



mo de Whiskys. En 2006 fue inaugurada su primera tienda en Vinopolis cerca del característico Borough Market, el cual ya representaba una de las atracciones principales de la capital británica y contaba con una afluencia diaria de miles de turistas.

El creciente interés en el mercado del Whisky, sobre todo de los Single Malt escoceses, y el aumento de aficionados y coleccionistas, llevó el equipo de The Whisky Exchange a idear en 2009 la primera Exposición de Whiskys en Londres, en el marco encantador de Guildhall, en la zona de la City de Londres, uno de los eventos del sector más importantes a nivel internacional.

En 2011, el diseñador del sitio web, Raj Chavda, entró de manera permanente



en The Whisky Exchange como Director Creativo. Chavda se encargó de crear las exclusivas etiquetas de los embotellamientos especiales realizados por The Whisky Exchange, muchas de las cuales son auténticas obras de arte.

Al grupo se unieron otros dos personajes importantes: Billy Abbott, hoy en día embajador del The Whisky Exchange y formador oficial de WSET, y Dawn Davies, con la función de jefa de compras, que se dedica a la búsqueda constante de productos de calidad y a la redefinición de la clasificación de los rones.

En 2015 la tienda de Vinopolis tuvo que cerrarse debido al cese de la actividad del grupo Vinopolis. En la actualidad, dos nuevas tiendas se encuentran cerca de Covent Garden y en Great Portland Street, a pocos minutos a pie de Oxford Street.

En 2018, Sukhinder fue premiado con el “Outstanding Achievement In The Scotch Whisky Industry” por parte del International Wine and Spirits Challenge y luego fue nombrado “Master Of The Quaich”. Este último representa uno de los más prestigiosos e importantes reconocimientos concedido a los que trabajaron para la difusión y el impulso de la cultura del Whisky escocés a nivel mundial.



PREMIOS
SUKHINDER
PREMIADO CON
EL
OUTSTANDING
ACHIEVEMENT
POR IWSC.

En los últimos años, Sukhinder y su equipo se especializaron en la selección y el embotellamiento de reservas especiales de Whisky, inicialmente de Escocia llegando a colaborar con algunas de las destilerías más famosas del mundo, sobre todo en Japón.

Esto dio lugar en 2017 a la creación de Elixir Distillers, una compañía secundaria de The Whisky Exchange que se dedicó exclusivamente a crear, seleccionar y embotellar destilados auténticos, especializándose incluso en espíritus fuera del campo de los Whiskys escoceses. Algunas de las marcas que surgieron a raíz de este proyecto son Port Askaig, Element of Islay y Black Tot. Obviamente los lanzamientos más auténticos creados hasta ahora siguen siendo los de los Scotch Whiskys single malt. Sukhinder seleccionó para BarTales cinco de las botellas más representativas creadas por The Whisky Exchange.



BUNNAHABHAIN 1997 DE THE WHISKY EXCHANGE

Este reciente embotellamiento forma parte de la más reciente gama de Whiskys Single Malt de barrica única. A lo largo de los años, The Whisky Exchange seleccionó y embotelló una serie de Whiskys. Cuando se fundó Elixir Distilleries, los nuevos lanzamientos se etiquetaron con esta marca, luego en 2019 decidieron volver a lanzar los embotellamientos especiales Single Casks con The Whisky Exchange y a finales de 2020 finalizaron el tercer lanzamiento de botellas de la serie. Todas éstas son seleccionadas por Sukhinder Singh y representan especialidades de las destilerías que realmente le encantan. Éste es un Bunnahabhain “ahumado” de una época en la que la destilería no se conocía por esta caracterización. Luego, Bunnahabhain renunció a este experimento. Sin embargo, quedó una cantidad de destilado turboso de 1997.

Zona productiva: Islay, Escocia

Tipo: Scotch Whisky Single Malt

Barrica: barrica única

Cosecha: 1997

Añejamiento: 22 años

Año de embotellamiento: 2020

Vista: ámbar

Olfato: interesantes notas ahumadas y de hojas quemadas, una dulce sensación de humo que luego da paso a notas de brisa marina y regaliz.

Paladar: notas intensas de cebada malteada, uvas pasas y regaliz que se combinan con hojas de pino tostadas, menta y tomillo. Notas de tostadura y alquitrán que se unen con especias y chocolate amargo.

Final: prolongado, envolvente con toques que evocan el roble.

Grado alcohólico: 51,3%

GLENFARCLAS 15YO 100° PROOF UNA EXCLUSIVA PARA THE WHISKY EXCHANGE

Es el último de una larga serie de Whiskys exclusivos embotellados por Glenfarclas para TWE, éste forma parte de una pareja. El otro es un Whisky de 21 años embotellado con un grado alcohólico del 54.2% que llegará a las estanterías de TWE dentro de poco tiempo. TWE presentó esta gama de Whiskys en 2014, enseguida después de que Glenfarclas 15yo ganó el título de Whisky Of The Year. TWE pidió a Glenfarclas que embotellara una versión especial del Whisky de 15 años para celebrar esta victoria y así fue lanzada una edición limitada. Esta serie se concluirá con otra exclusiva de Glenfarclas que completará un exquisito trío que incluye el rico Sherry del Whisky de 15 años y el estilo más delicado y afrutado del Whisky de 25 años.

Zona productiva: Speyside, Escocia



Tipo: Scotch Whisky Single Malt

Barrica: no disponible

Cosecha: no disponible

Añejamiento: mínimo 15 años

Año de embotellamiento: no disponible

Vista: ámbar

Olfato: dulcemente especiado y uniforme, notas de uvas pasas, pera, caramelo y yema pastelera que se funden para luego dar paso a notas vinosas de Madeira.

Paladar: cálido, envolvente, con notas que evocan pastelería al estilo navideño a base de frutas confitadas y especias como canela y nuez moscada, un delicado toque de tostadura de barrica.

Final: rico y agradablemente especiado, con notas de frutas horneadas y tostadura de barrica.

Grado alcohólico: 57,1%. En los siglos XVII y XVIII en el Reino Unido 100 proof correspondía a 57,15° por lo cual 100 proof aparece en la etiqueta.

SUNTORY HAKUSHU 1989 SHERRY CASK 10° ANIVERSARIO DE TWE

Un embotellamiento muy especial, una de las exclusivas preferidas de TWE. Desde cuando el Whisky japonés llegó al Reino Unido, despertó enseguida el interés de TWE que lo adquirió inmediatamente. The Whisky Exchange, fuente inspiradora de la mayoría de las versiones de Karuizawa, desempeñó un papel activo en la promoción del Whisky japonés en todo el mundo. TWE pidió a Suntory que para este Whisky experimentara algo diferente: un Hakushu añejado en barricas de Sherry. El destilado caracterizado por notas ahumadas de Hakushu resultó ser perfecto para el añejamiento en barricas ex-Sherry. Por lo tanto, TWE solicitó un single cask ex Sherry para su embotellamiento celebrativo del 10° aniversario y Suntory aceptó, creando



así su primer Whisky de este tipo.

Zona productiva: Japón

Tipo: Whisky Single Malt

Barrica: Sherry Butt

Cosecha: 1989

Añejamiento: 20 años

Año de embotellamiento: 2009

Vista: café

Olfato: se debe beber suavemente debido al alto contenido alcohólico. Intensas notas de Sherry, uvas pasas, cacao y una agradable combinación de especias

Paladar: regaliz, ciruela madura y especias, notas intensas de madera. La dilución con poca agua para reducir el contenido alcohólico permite la percepción de notas tropicales, pomelo y cortezas de cítricos.

Final: prolongado y envolvente, con notas de cítricos que se combinan con las características del Sherry.

Grado alcohólico: 62%



GLENFIDDICH 1974 SHERRY CASK 50° ANIVERSARIO DE LA CORONACIÓN DE LA REINA

Este lanzamiento efectuado en 2003 fue uno de los primeros proyectos de TWE con un gran destilador, Glenfiddich, el Scotch Whisky Single Malt más vendido del mundo. TWE buscaba un lanzamiento adecuado para celebrar el 50° aniversario de la coronación de la Reina Isabel, algo muy especial. El resultado fue el primer embotellamiento de Whisky single cask ex-Sherry en los 117 años (hasta ese momento) de historia de la destilería.

Este embotellamiento no fue fácil, tanto que fue necesaria la aprobación del consejo de administración de la sociedad para poder realizarlo. El éxito fue inmediato y desde entonces Glenfiddich lanzó muchos otros Whiskys single cask ex-Sherry. Glenfiddich es el más importante colaborador de TWE para sus embotellamientos.

Zona productiva: Speyside, Escocia

Tipo: Scotch Whisky Single Malt

Barrica: Sherry

Cosecha: 1974

Añejamiento: 19 años

Año de embotellamiento: 2003

Grado alcohólico: 48,9%

Notas gustativas: no disponibles

ISLE OF JURA 1999, AÑEJAMIENTO 5 AÑOS, MUY TURBOSO

Otro proyecto de TWE considerado en esa época bastante audaz: un Whisky muy joven y muy turboso de una destilería sin una gran reputación.

A principios de la década de 2000, el Whisky con añejamiento prolongado adquirió prominencia en las repisas de los coleccionistas, antes de que los NAS (No Age-Statement, Whiskys sin definición de edad) y los Whiskys más jóvenes se destacaran. En una degustación realizada a ciegas los catadores pensaban que se trataba de un Islay de sabor fuerte, en lugar de un producto de la cercana Jura, más conocido por ser más suave. Se intuía que la calidad de este Whisky de sólo 5 años contradecía la creencia de que el Whisky más añejado era de mejor calidad independientemente de otros aspectos. Pero era un periodo en el que los consumidores comenzaban a descubrir la calidad del Whisky más joven. Este Whisky es una de las botellas más gustosas e importantes lanzadas por TWE.

Zona productiva: Isle of Jura, Escocia

Tipo: Scotch Whisky Single Malt

Barrica: no disponible

Cosecha: 1999

Añejamiento: 5 años

Año de embotellamiento: agosto de 2004

Grado alcohólico: 60,6%

Notas gustativas: no disponibles



DAVID STEVEN . IT

Maraschino speciale
tipo Perle Extra Dry

LUXARDO

composta di preparati con pure
e marasca appena spinate ed ancora
vite in fermentazione con
ta di foglie marasca fresche tagliate

ti vanno prima riempiti
proporzionale al contenitore
preziosissimo appeso
5 di aggiungere la
fresca, tagliata

ie di fermentare in
del vino maraschino
tenere il tempo
opportuno

196 kg. (macchero)
55 litri.
1961
120/120
1960
35
vite in 1/2 litri
75 litri di
50 litri



LUXARDO
PERLA DRY
MARASCHINO
RISERVA BICENTENARIO
Girolamo Luxardo

BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILMENTE



f @ in

LUXARDO.IT

1821 200 2021
EXCELSIOR

1821 200 2021
LUXARDO
MARASCHINO

ALPESTRE

A symphony of 34 herbs.



Drink responsibly

*Just relax and enjoy the extraordinary symphony of flavour
in a glass of Alpestre, brought to you by an orchestra of 34 medicinal herbs,
blended and aged in oak casks from an ancient recipe.
A small sip of this distilled spirit will delight both your heart and mind.*

alpestre.it

Distributed by: OnestiGroup S.p.A.