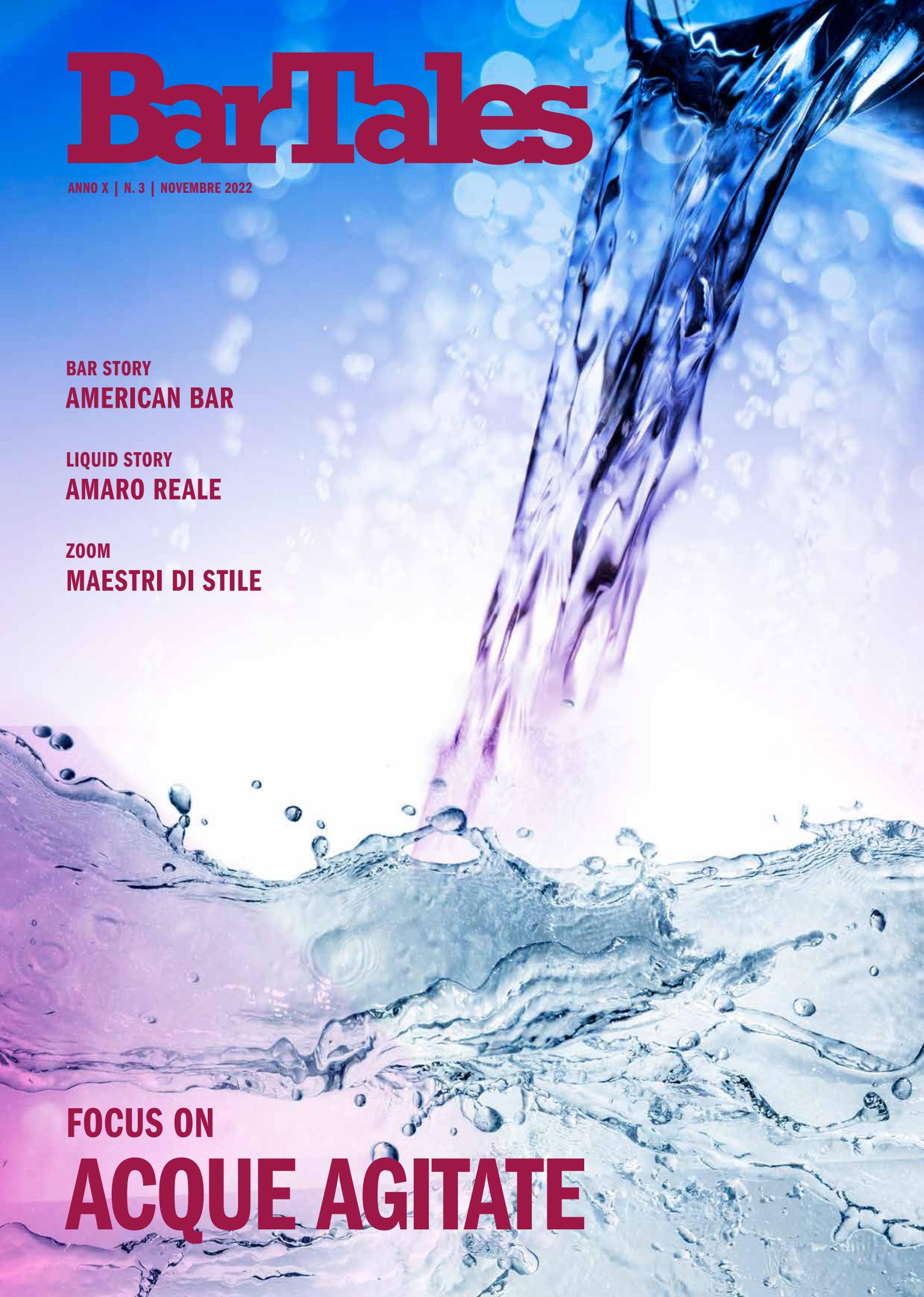


# BarTales



ANNO X | N. 3 | NOVEMBRE 2022

**BAR STORY**  
**AMERICAN BAR**

**LIQUID STORY**  
**AMARO REALE**

**ZOOM**  
**MAESTRI DI STILE**

**FOCUS ON**  
**ACQUE AGITATE**



10



22



34



48



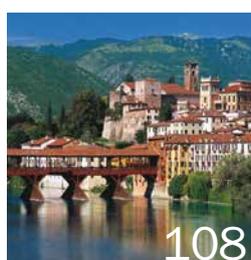
70



78



94



108



122



136

- 5** L'editoriale di Melania Guida  
LA SOSTANZA DELLA DIFFERENZA
- 6** News DAL MONDO
- 10** Bar Story di Bastian Contrario  
AMERICAN BAR
- 22** Report/1 di Giulia Arselli  
UN NUOVO INIZIO
- 34** Zoom/1 di Valentina Rizzi  
MAESTRI DI STILE
- 48** Focus On di Fabio Bacchi  
ACQUE AGITATE
- 70** Hot Spirit di Vittorio Brambilla  
STANDARD AMERICANO

- 78** Competition/1 di Giulia Arselli  
NEL SEGNO DI MARYLIN
- 94** Liquid Story di Antonella Paolino  
AMARO REALE
- 108** Report/2 di Alessandro Palanca  
AMBASCIATORI DI GUSTO
- 122** Zoom/2 di Sara De Marco  
L'UNIONE FA LA FORZA
- 136** Competition/2 di Giulia Arselli  
SPIRITO RELICARIO
- 154** Book Corner di Alessandro Palanca  
VIAGGIO NELLA STORIA



ANNO X | N. 3 | NOVEMBRE 2022  
DIRETTORE RESPONSABILE  
**Melania Guida**  
(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE  
**Fabio Bacchi**  
(fabiobacchi@bartales.it)

ART DIRECTOR  
**Cinzia Marotta**  
(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO  
**Giulia Arselli, Vittorio Brambilla, Bastian  
Contrario, Sara De Marco, Alessandro  
Palanca, Antonella Paolino, Valentina Rizzi**

EDIZIONE WEB A CURA DI  
**SkillLab srl**  
(consulenza@s-lab.it)

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

© COPYRIGHT  
BARTALES - Tutti i diritti sono riservati. Nessuna parte di  
questa pubblicazione può essere riprodotta. Ogni violazione  
sarà perseguita a norma di legge.

**BEVI RESPONSABILMENTE**

PER GLI ABBONAMENTI ALLA VERSIONE CARTACEA  
DI BARTALES CONSULTARE WWW.BARTALES.IT

A LATO DI TRE VERMOUTH DI TORINO (ROSSO, BIANCO E DRY) E DELL'AMARO DELLA SACRA, PRODOTTI SECONDO UNO SPECIFICO DISCIPLINARE CHE PREVEDE L'IMPIEGO DI SOLE MATERIE PRIME DEL PIEMONTE, ANTICA TORINO HA SCELTO DI PUNTARE SULL'UVA NEBBIOLO PER REALIZZARE IL PRIMO VINO CHINATO. PRODOTTO CON IL LANGHE NEBBIOLO DOP 2018, ZUCCHERO, ALCOOL, SOSTANZE AROMATIZZANTI (INFUSIONE DI ERBE E SPEZIE), PROFUMA DI ROSA, NOCE MOSCATA ED ERBE AROMATICHE, PUÒ ESSERE DEGUSTATO COME VINO DA MEDITAZIONE O IN ACCOMPAGNAMENTO A DOLCI A BASE DI CIOCCOLATO FONDENTE.

# VINO CHINATO

AVVOLGENTE, LEGGERMENTE AMARICANTE, LA DOLCE PRESA TANNICA AL PALATO COINVOLGE AL PRIMO SORSO. UN PRODOTTO, IL VINO CHINATO, CHE HA ORIGINI ANTICHE: È DIVENUTO CELEBRE GRAZIE ALLA DIFFUSIONE NEL SECOLO SCORSO DEL BAROLO CHINATO, REALIZZATO PARTENDO DA VINO BAROLO DOCG (DA UVE NEBBIOLO) A CUI VENGONO AGGIUNTI ZUCCHERO E ALCOL, SOTTO FORMA DI UN INFUSO, A FREDDO, SPEZIE ED ERBE OFFICINALI COME LA CHINA.



# ANTICA TORINO

MANIFATTURA LIQUORI

1795 ANTICA FARMACIA  
FRANCINI-NALDI  
DE **M**UNARI



+ ELISIR +  
DELLE CRETE

*Viniperato*

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 Pellegrini Spa - @ [pellegrinisp1904](https://www.instagram.com/pellegrinisp1904)

BEVI RESPONSABILMENTE

# LA SOSTANZA DELLA DIFFERENZA

Che attraverso la mixology si possa far cultura non è soltanto il fondamento della nostra *mission*, è ormai un'idea che si è fatta strada. L'evidenza che attraverso un cocktail si possa raccontare un'epoca storica, esplorare un periodo piuttosto che un territorio, setacciare usi e costumi per analizzare, attraverso la lente del passato, ciò che accade nel presente e scorgere così i segni di quello che verrà, è un dato ormai ben saldo. Va da sé, la storia insegna, che non è certo sufficiente saper agitare bene uno shaker o scegliere con cura ingredienti più o meno esotici a rendere un drink un gesto, un'esperienza indimenticabile. Sono l'atmosfera, l'emozione, l'empatia la sostanza che fa la differenza. È il luogo dell'incontro a fare il discrimine. L'American Bar, per esempio (a pag. 10). Non sono la circolarità del bancone e il personale specializzato di un Grand Hotel a definire, pur in una girandola di regole ferree, un concetto alla base della storia della miscelazione. No, quello che rende speciale senso e significato di un fenomeno che rivoluzionò le abitudini europee, è l'idea di poter consacrare uno spazio dedicato alla liturgia dello stare insieme. Per bere e parlare. Un piccolo "tempio", democratico e orizzontale, dove incrociare le gambe sullo sgabello e dialogare direttamente con chi sta dall'altra parte del bancone, il barman. Che sia "american" o solo "bar", insomma, il cuore caldo dell'ospitalità, l'antidoto alla sottile vertigine della nostalgia. La scoperta dell'acqua calda, penserete. Forse, ma è bene ribadirlo. A proposito di acqua, abbiamo analizzato (a pag. 48) un fenomeno in crescita: il boom di toniche e sodate. Uno sviluppo, iniziato dieci anni fa in concomitanza con l'esplosione della Gin Craze. Un trend complesso, in bilico sulle incertezze del momento.



## GUSTO ESPRESSO

Una formula che mixa l'80% di caffè colombiano e 38 mg di caffeina. È "Finest Call Espresso Martini Mix", un ottimo drink con l'originale sapore di un espresso, perfetto anche per il dopo cena che, grazie all'estrema versatilità, può diventare il tocco aggiuntivo a qualsiasi cocktail o bevande ghiacciate. Complice l'equilibrato profilo gustativo, è in grado di esaltare il vero espresso creando un autentico e distintivo sapore di caffè, che si abbina ottimamente a qualsiasi liquore alla crema, Vodka o altro distillato.



## WHISKEY AD ARTE

Il Whiskey del Tennessee che porta il nome di un celebre brano di Bob Dylan, sarà distribuito in Italia da Compagnia dei Caraibi. L'artista premio Nobel e il master blender Ryan Perry sono i creatori del brand che si presenta declinato in tre referenze. Bob Dylan che è un amante dell'arte e della scultura, si diletta nella produzione di opere in ferro battuto e dipinti che vengono riprodotti sulle etichette del suo Whiskey donando un tratto artistico e altamente distintivo.

## MILANO WHISKY FESTIVAL 2022

L'appuntamento fisso con il Whisky di qualità è alle porte: la 17ma edizione del Milano Whisky Festival si terrà da sabato 3 dicembre fino a lunedì 5. Tre giorni di convivialità, degustazioni e masterclass in uno degli edifici milanesi più noti e prestigiosi: il Palazzo delle Stelline. L'edizione 2022 conferma la giornata del lunedì per favorire soprattutto gli operatori del settore. In uno spazio unico di oltre 3.000 mq, visitatori e professionisti avranno modo di degustare, acquistare e curiosare tra le 4.000 etichette presenti: un'esperienza unica che ogni anno torna e diventa sempre più attesa.



## TEQUILA DA STADIO

Tequila 1800 è stato nominato Tequila ufficiale della squadra della American National Football League (NFL) Houston Texans. Presso l'NRG Stadium di Houston il brand inaugurerà un Tequila 1800 bar con i fan in grado di acquistare cocktail signature tra cui il Sideline Rita. La collaborazione dà il via alla stagione 2022-2023 del team e una bottiglia in edizione limitata verrà rilasciata a dicembre di quest'anno per celebrare l'occasione.



## CHINA, PER MEDITARE

Tommaso Pieri, fondatore della Distilleria Urbana DUIT, ha presentato Rittochina – Chinato Toscano, nato in collaborazione con il sommelier Davide D'Alterio e con l'azienda agricola Marzocco di Poppiano. Il vino è il Canaiolo di Marzocco di Poppiano, a Montespertoli: introvabile in commercio, un Canaiolo in purezza della vigna del Pretale a Poppiano che ha più di 70 anni di vita. Il vino viene rinforzato a 20° e addizionato con china, fave di cacao, genziana, rabarbaro, coriandolo, anice verde, finocchio, arancia e Curacao. Il Chinato DUIT regala un'esperienza piena, appagante, da meditazione. Il calore di una grande China che si fonda con un vino elegantissimo.

## BEVI E DISTILLA

Tripstillery, è il primo cocktail bar italiano con annessa distilleria. A Milano, in Piazza Alvar Aalto, nel cuore di Porta Nuova. Il primo cocktail bar con distilleria nasce dalla fusione tra il fascino misterioso della distillazione artigianale e la più alta qualità dell'hospitality milanese, grazie a Nicola Corna, costruttore dell'alambicco di Tripstillery, la creatività di Flavio Angiolillo con la sua Family e Luca Vezzali, bartender. L'idea è quella di offrire un'esperienza unica e straordinaria come la possibilità di distillare artigianalmente prodotti dedicando una costante attenzione ad ogni fase della produzione. Un'epoca nuova per il mondo della mixology.



# Shaking perspectives



bevi responsabilmente



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



**GAMONDI**  
1890



## Cosimo Detommaso

Nato nel 1980, Cosimo Detommaso si iscrive all'Istituto Alberghiero perché affascinato dalle eleganti gesta dei barman ammirate negli hotel dove da piccolo trascorreva le vacanze con i genitori. Diplomatosi all'Istituto Alberghiero di Castellana Grotte (Ba) inizia la sua carriera presso il celebre Fortino Napolenico di Portonovo (Ancona) dove sviluppa tecnica e conoscenza merceologica. Quell'esperienza nel segmento luxury hotel avrebbe caratterizzato per sempre il suo percorso professionale. Infatti le successive tappe lo vedono impegnato in importanti strutture del circuito Relais & Chateaux e del gruppo Sofitel in Italia e Europa. Rientrato in Puglia ricopre il ruolo di head bartender presso l'esclusivo Cocco Beach Club di Savelletri di Fasano (BR), luogo frequentato da personaggi del jet set internazionale. Ma la voglia di ulteriore conoscenza di Cosimo è forte e vola a Edimburgo per collocarsi presso il Balmoral Hotel del gruppo Rocco Forte dove resterà per due anni perfezionando la conoscenza dell'inglese e affinando il suo stile. Quindi di nuovo in Puglia dove l'attende il celeberrimo Borgo Egnazia Resort del circuito Leading Hotels of the World, per ricoprire il ruolo di senior barman supervisor. Saranno nove lunghi anni trascorsi nel rispetto dei massimi standard qualitativi dell'hospitality business. Oggi, da pochi mesi, Cosimo Detommaso ricopre il ruolo di bar manager del Grand Hotel La Chiusa Di Chietri di Alberobello (BA), hotel che da trentasei anni accoglie da tutto il mondo i turisti che visitano la cittadina dei trulli patrimonio UNESCO.

## Mexican Sunset

### INGREDIENTI

- 4 cl** Tequila Blanco 100% agave
- 3,5 cl** Aperitivo fiori di sambuco Gamondi
- 2 cl** Succo di lime
- 1,5 cl** Sciroppo di passion fruit
- 5 cl** Centrifugato di ananas fresco marinato con rosmarino e limone

**TECNICA** Shake & strain

**BICCHIERE** Tumbler basso

**GUARNIZIONE** Rosmarino, lavanda, lime disidratato e peel di pompelmo rosa

### NOTE

la miscelazione fresca e light di Cosimo si esalta in questo drink fruttato e mediterraneo che sposa i toni dell'agave con dolcezza e acidità perfettamente bilanciate tra loro. Il drink è una esplosione di freschezza e profumi che si prolungano nel palato invogliando la bevuta, piacevole la leggera nota speziata che si esalta nel lungo finale.



# AMERICAN BAR

Antidoto alla nostalgia,  
il tempio del drink  
è il cuore caldo dell'ospitalità

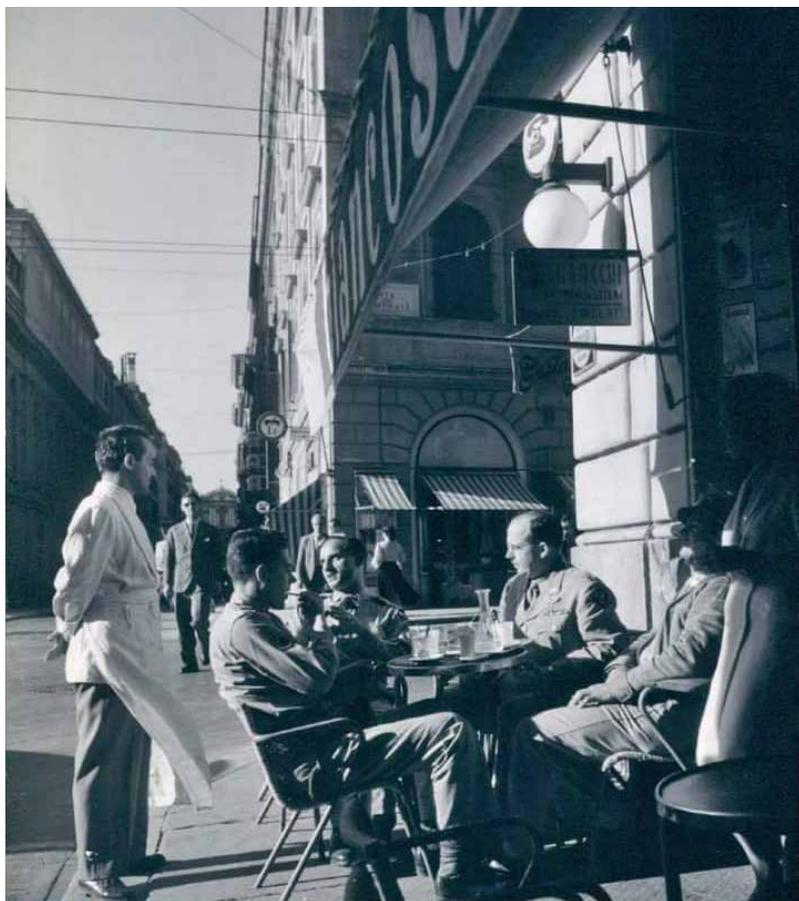
DI **BASTIAN CONTRARIO**

**V**oi lo sapete cos'è un American Bar? So che ci lavorate, che ne avete letto tanto, che ne parlate ogni giorno, ma se vi chiedessero di definirlo? Non è così facile circoscriverne il concetto in poche parole, vero?

Ovviamente “il luogo dove si servono cocktail” non è una definizione accettabile, a meno di non far rientrare tra gli American Bar la cucina di una qualsiasi mamma veneta la domenica prima di pranzo, quando sforna Spritz a profusione. Eppure dovrebbe essere un concetto chiaro e fondamentale per noi barman, altrimenti è come se non sapessimo dove abbiamo messo radici.

Certo, potreste chiederlo a Google, esattamente come fanno solitamente i leoni da tastiera. Sono fulminei in quella frazione di secondo che va tra il momento in cui vedono una discussione su un social e subito prima di cominciare a digitare velocemente che lo Spritz l'hanno inventato gli Austriaci o che il primo Negroni è stato preparato da Angelo Tesauro. Se seguirete questa facile via non scoprirete cos'è un American Bar, ma farete sicuramente altre mirabolanti scoperte.

Per esempio lo sapevate che esistono delle ferree regole per essere un American Bar? Non è possibile sapere da chi queste norme cogenti siano poste, ma onde evitare di trovarvi nel locale la polizia dei cattivi American Bar a farvi la multa in “pe-





anuts”, sappiate che per potervi definire così il vostro banco deve essere circolare per permettere di servire i clienti a 360 gradi; tutto il personale che lavora da voi deve essere altamente qualificato con numerosi corsi di aggiornamento e, importantissimo, dovete trovarvi all’interno di un grand hotel o di un casinò, perché è lì che gli American Bar vivono, probabilmente in casette di marzapane o all’interno di giganteschi funghi dalle enormi cappelle rosse.

Ve lo devo dire: Google non è ancora pronto per il nostro sapere, d'altronde i computer non bevono alcolici. Per cui, senza alcuna velleità di voler esaurire l’argomento, voglio darvi come al solito alcune notizie. Così, se qualche vostro cliente dovesse “interrogarvi”, sapreste sostenere una conversazione, almeno finché non l’avrete debitamente inebriato e distolto da questi impegnativi argomenti con il vostro miglior Americano.

Già gli Americani... pionieri e padri fondatori degli American Bar, potremmo forse cominciare col chiedere a loro che cosa essi siano. Invece loro, in America, non hanno “American Bar”. Giustamente,

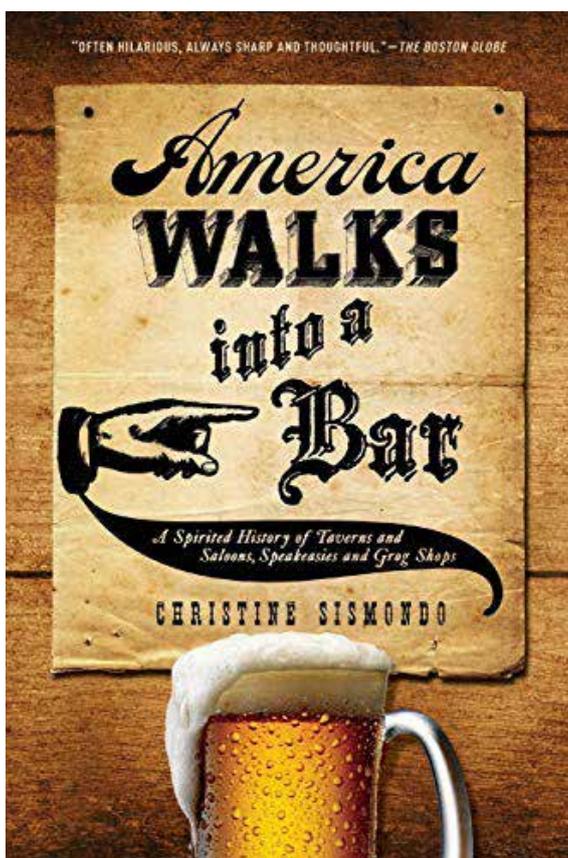
sarebbe come chiedere ad un nipponico cosa sia un ristorante giapponese, per lo meno sembrerebbe una domanda sciocca. Chiedersi invece cosa sia un American Bar e che cosa abbia rappresentato per la storia della miscelazione italiana è tutt’altro che sciocco, anzi, ci permette nuove visioni e prospettive, a patto di rivolgere la domanda alla giusta parte di mondo.

Con ogni probabilità i primi American Bar sono nati a Londra, tra la fine dell’Ottocento e i primi anni del Novecento. La clientela americana era numerosa e, complice anche il Proibizionismo che stava entrando in vigore nella loro patria natia, sempre più alla ricerca di locali che assomigliassero a quelli che conoscevano e frequentavano in America. Inizialmente negli hotel che li ospitavano, i bar cominciarono a chiamarsi “American Bar”, senza banconi a 360 gradi e senza personale altamente specializzato. Lenire la nostalgia, far sentire l’ospite d’oltreoceano come a casa. Ecco la genesi del fenomeno che cambiò per sempre le abitudini degli Europei prima e prestissimo anche degli Italiani.

Il dato interessante e sbalorditivo è

## LUOGHI

A DESTRA IL BAR DELL'HOTEL MAJESTIC DI ROMA IN UNA FOTO STORICA. IN BASSO UN LIBRO.



che, a differenza dell'America dove l'accento principale era posto sull'alcol e sulla miscela servita, inizialmente in Italia si

colsero ben altri aspetti del fenomeno. Ferruccio Mazzon, che aveva lavorato a lungo come barman sia in Inghilterra, che in altri Paesi europei, nel 1920 così descrive gli American Bar: «Le bibite vengono preparate sul banco davanti al cliente che ne fa richiesta».

Dagli anni '20 anche i più importanti hotel italiani, da nord a sud, si dotarono di American Bar, note comuni per tutti, arredi lussuosi e sgabelli vicini al bancone per garantire a chi lo desiderasse l'interazione con il barman. In quegli anni ci si poteva recare per un cocktail "all'americana" a Cernobbio sul Lago di Como al Grand Hotel Villa D'Este, a Roma al Grand Hotel De Russie o al Majestic, a Firenze al Grand Hotel Baglioni, ancora a Milano al Palace Hotel e al Grand Hotel di Napoli. Poi successe qualcosa di molto importante: gli "American Bar" uscirono dagli hotel, smisero di essere un rifugio per esuli nostalgici a stelle e strisce e si rivolsero al mercato italiano.



DISTILLERIE  
Franciacorta®

# PURO SPIRITO DI FRANCIACORTA



BEVI RESPONSABILMENTE

# LIQUORI BORBONE

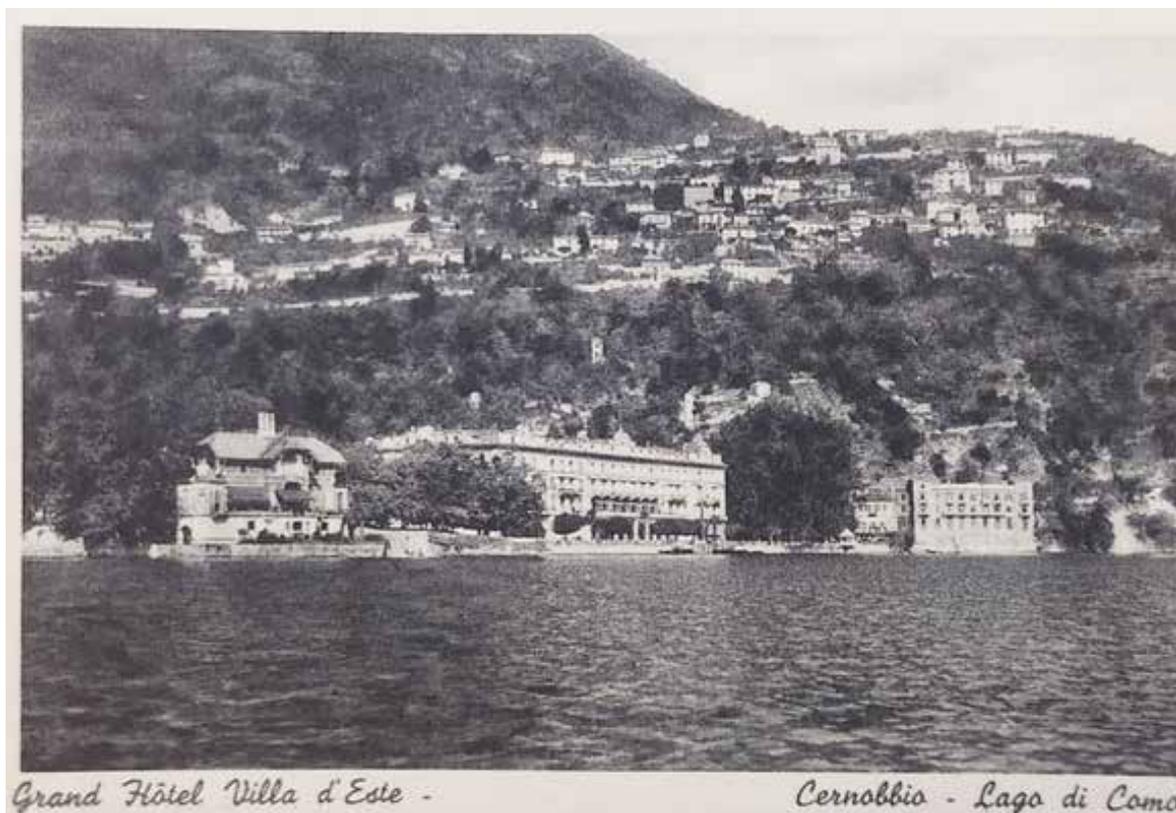
BEVI RESPONSABILMENTE



  @liquoriborbone  
 liquoriborbone.it  
 #royaltaste

Distribuiti in esclusiva da Mercanti di Spirits S.r.l.





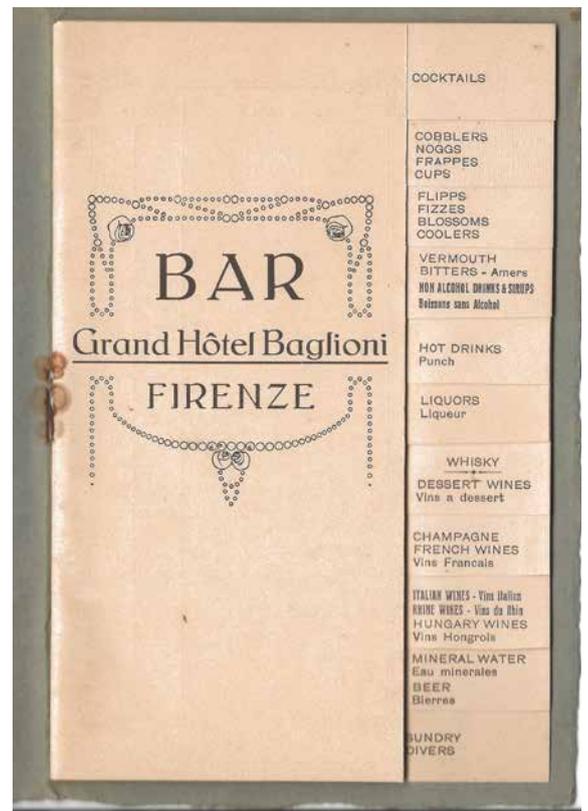
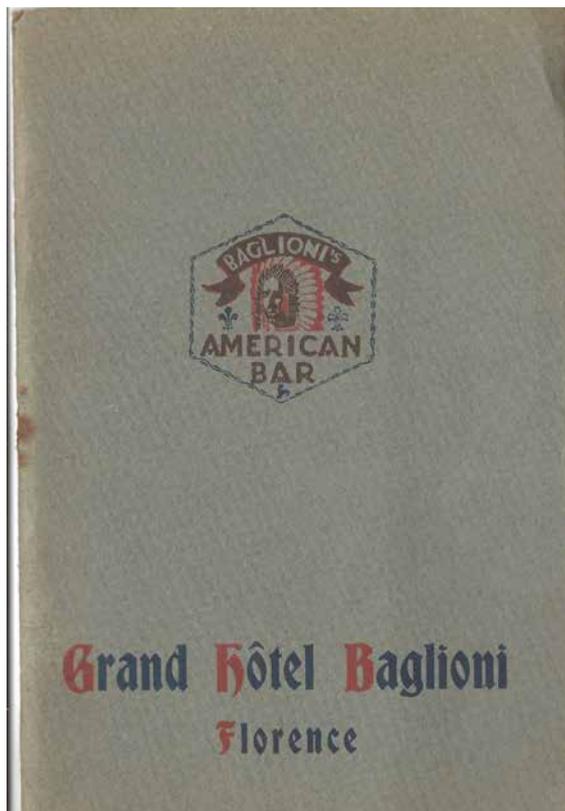
Bruno Palma, stimato giornalista, definì rivoluzionario il primo American Bar romano “su piazza”. Sorto all’angolo tra via Nazionale e via Torino, in quello che era allora uno dei punti nevralgici della mondanità della Capitale, la cosa che più stupì lo scrittore era il suo «rompere con il tradizionalismo dell’antico Caffè: niente più sedie, niente più tavolino, niente cameriere con il taccuino in mano per l’ordinazione. Ma

tanti sgabelli alti poco meno del bancone, un bancone tutto lucente lungo molti metri e la consumazione presa lì, su quello sgabello e davanti al bancone». Si chiamava Bar Esedra, ma per tutti i romani e ancora oggi per quei pochi che lo ricordano, resterà sempre il “bar americano”.

Il suo ideatore è quasi un personaggio da romanzo, sincretismo tra il sordiano Nando Mericoni e il più carismatico par-

**DOCUMENTI**  
**IL MENU**  
**DELL'HOTEL**  
**BAGLIONI DI**  
**FIRENZE.**

COCKTAILS		Glass - Verre	COCKTAILS		Glass - Verre	COCKTAILS
Americano Baglioni . . . . .			Ruby » . . . . .			COBBLERS NOGGS FRAPPES CUPS
Bamboo Cocktail . . . . .			Russian » . . . . .			FLIPPS FIZZES BLOSSOMS COOLERS
Blackthorn » . . . . .			Sunshine Cocktail . . . . .			VERMOUTH BITTERS - Amers NON ALCOHOL DRINKS & SIRUPS Boissons sans Alcool
Barry » . . . . .			Snowdrop » . . . . .			HOT DRINKS Punch
Brandy » . . . . .			Turf » . . . . .			LIQUORS Liqueur
Bronx » . . . . .			Vermouth » . . . . .			WHISKY DESSERT WINES Vins a dessert
Brut » . . . . .			Whisky » . . . . .			CHAMPAGNE FRENCH WINES Vins Francais
Champagne » . . . . .			Westminster » . . . . .			ITALIAN WINES - Vins Italian RHINE WINES - Vins du Rhin HUNGARY WINES Vins Hongrois
Coffee » . . . . .			Zaza » . . . . .			MINERAL WATER Eau minerales BEER Bierres
Deep Sea » . . . . .						SUNDRY DIVERS
Dry Manhattan » . . . . .						
Dubonnet » . . . . .						
Dry Martini » . . . . .						
Fancy Whisky » . . . . .						
Gibson » . . . . .						
Gin » . . . . .						
Jersey » . . . . .						
Japanese » . . . . .						
Manhattan » . . . . .						
Martini » . . . . .						
Mikado » . . . . .						
Old Tom Gin » . . . . .						
Oyster » . . . . .						
Pineapple » . . . . .						
Rob Roy » . . . . .						



tigiano Johnny di Beppe Fenoglio. Partito con la famiglia per Filadelfia quando era bambino, dove il padre aveva aperto una "Spaghetti-House", era tornato a Roma

da adulto e, probabilmente negli anni '20, aveva aperto il famoso bar americano. Nessuna fonte riporta che vi si servissero Martini o Manhattan, ma piuttosto buo-



# MONTANARO

DISTILLERIA FONDATA NEL 1885

## LA DISTILLERIA MONTANARO

Gli antichi alambicchi a vapore utilizzati da Mario Montanaro a inizio Novecento, sono ancora quelli funzionanti in distilleria, testimoni della storia di un'azienda che ha saputo percorrere le generazioni rimanendo fedele a se stessa e al contempo intercettare i gusti di un pubblico sempre più esigente.

La **Distilleria Montanaro** è una delle più antiche della Langa, nata nel 1885 a Gallo d'Alba tra le famose colline in cui nasce il re dei vini rossi italiani: il Barolo. Proprio dalle vinacce di vini nobili come il Barolo la **Distilleria Montanaro** ottiene pregiato liquido "spiritoso" dal colore giallo, più o meno intenso e dorato a seconda del periodo di riposo in legno. Dopo la torchiatura, la vinaccia viene delicatamente lavorata in alambicchi alimentati a vapore e poi dimenticata per un certo numero di lune a dormire in botti di rovere centenarie che gli conferiscono un sapore austero ma vellutato, setoso, pieno di sapori e profumi eleganti e inconfondibili.

Oggi la **Distilleria Montanaro** non solo produce Grappe di Monovitigno, Grappa di Barolo millesimata e grappa di Barolo Cannubi, ma anche Brandy storici, Bitter e Aperitivo naturali, Vermouth di Torino, prodotti liquorosi e vini aromatizzati, affacciandosi così ad un pubblico sempre più giovane, esigente e conoscitore, grazie anche alla collaborazione di famosi bartender.

La **Distilleria Montanaro** è sempre aperta al pubblico per visite guidate e degustazioni d'autore.

# AMARO

## CORDIALE

ANIMA ITALIANA

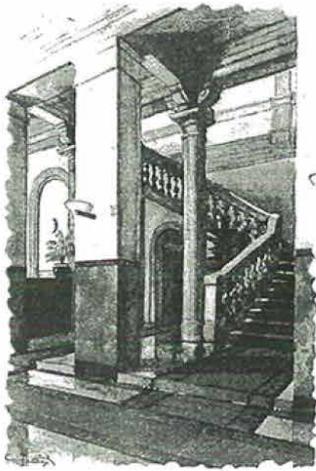
HERMITE L'AMARO  
DELICATO DAL GUSTO  
EQUILIBRATO.



BEVI RESPONSABILMENTE



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



View of Duomo dalla Terrazza Giardinale.  
La Cattedrale sur de notre terrasse panoramique.  
View of the Cathedral from our Roof-Garden.  
Ansicht auf den Dom von unserem Dachgarten.

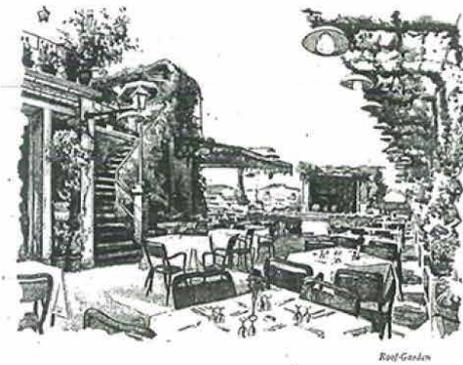
IL GRAND HOTEL BAGLIONI PALACE, casa di primissimo ordine, di rinomanza internazionale, gode di antica ed indiscussa fama per la sua efficiente e completa attrezzatura, per la sua accurata ed apprezzata cucina e per il suo inappuntabile servizio. È la Casa preferita, per la sua inconfondibile e vigorosa atmosfera, dalla migliore società. Dispone di ampie sale per feste, ricevimenti, bandetti e conferenze.  
200 camere (300 letti) tutte con telefono - 150 bagni privati.  
Durante la buona stagione i pasti serali sono serviti sulla ormai famosa TERRAZZA-GIALDINO, di cui si ha un incantevole panorama della città.  
Condizioni speciali per lunghi soggiorni.

LE GRAND HOTEL BAGLIONI PALACE, maison de tout premier ordre, située au centre de la ville, en face de la gare centrale, jouit d'une réputation internationale savante. Grâce à son atmosphère de confort, à une cuisine et à un service soigné, le BAGLIONI PALACE a toujours été le rendez-vous de la Société et des familles distinguées. L'hôtel est ouvert de nombreux salons pour fêtes, réceptions, conférences.  
200 chambres (300 lits) toutes avec téléphone - 150 salles de bains.  
Pendant la belle saison les dîners sont servis sur la TERRASSE-JARDIN PANORAMIQUE, de laquelle le coup d'oeil sur la ville et sur ses monuments illuminés est féérique.  
Arrangements pour séjours prolongés.

THE GRAND HOTEL BAGLIONI PALACE, first class, the Hotel of international repute, occupies a very central location, facing the railway-station. It is renowned for its modern comfort, good cooking and efficient service. Many private rooms most suitable for banquets, receptions etc. are available.  
200 rooms (300 beds) all with telephone - 150 private bathrooms.  
During the summer, dinners are served on the panoramic ROOF-GARDEN and at night the illumination of the town and the hills produces a fairy-like aspect.  
Special terms for prolonged stays.

DAS weltbekannte GRAND HOTEL BAGLIONI PALACE verdankt seine führende Stellung in Florenz seinem modernen Komfort, seiner unvergleichlichen Lage im Zentrum der Stadt, sowie seiner ausserordentlichen Bedeutung und vorzüglichen Küche. Es ist das von der internationalen Gesellschaft und Familien bevorzugte Hotel. Es weist eine grosse Anzahl schöner Gesellschaftsräume auf, die sich zur Abhaltung von Festen, Empfängen und Privatballen aller Art bestens eignen.  
200 Zimmer (300 Betten) alle mit Telefon - 150 Bäder.  
Während des Sommers werden die Abendessen auf dem prächtigen DACHGARTEN serviert, von wo aus man einen schönen Rundblick auf die Stadt und die Hügel geniesst.  
Sonder-Arrangements für längeren Aufenthalt.

EL GRAN HOTEL BAGLIONI PALACE, casa de primera categoría superior, de renombre mundial, está a dos pasos de la estación y del centro de la ciudad. Famoso por su comodidad refinada y su ambiente elegante, el BAGLIONI PALACE lo es también por su cocina exquisita, Salones de fiestas y para conferencias.  
200 habitaciones (300 camas), cada una con teléfono, 150 cuartos de baño.  
Las comidas, cuando hay hermoso tiempo, son servidas en la terraza jardín desde donde se puede admirar el maravilloso panorama de la ciudad.



nissimi gelati e il signature della casa, il Cocktail Imperiale.

E gli Americani, ragione per cui questi bar avevano cominciato a diffondersi, che ne pensavano? Anche loro notarono subito qualche problema sull'offerta. In un articolo del Lockport NY Union Sun Journal del 1922 intitolato proprio «Roma si fa vanto dei suoi American Bar», si legge che in quel periodo in tutta Italia, ad ogni angolo di strada, si vedevano invitanti insegne con su scritto "American Bar" dove «assicurano è presente un barista che parla inglese e conosce tutte le ricette americane. Di solito parlano inglese, ma la loro conoscenza delle bevande americane è limitata».

Non che dal punto di vista italiano questi luoghi sembrassero meno alieni. Nel 1925 il New York Times riporta la prima esperienza di un italiano in uno di questi



Hotel de Russie and Piazza del Popolo, postcard, 1901

nuovi American Bar. Si trattava del "New York Bar", sito in un amena località mediterranea. «In tutta la lista», nota subito il guardingo avventore, «non c'era nemmeno una bevanda che mi suonasse familiare. Davvero. C'erano: "Tom and Jerry", "Ma-

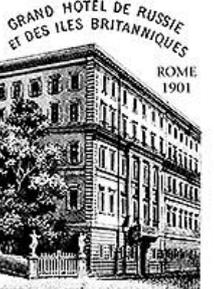


Photo © Hotel de Russie

**STORIA**  
IN ALTO UNA BROCHURE BAGLIONI CON FOTO BAR. QUI SOPRA GRAND HOTEL DE RUSSIE.



**CARTOLINE**  
 IN QUESTA  
 PAGINA IL  
 GRAND HOTEL  
 VESUVIO  
 NAPOLI, IN  
 ALTO UNA FOTO  
 DEL 1940.

mie Taylor”, “Egg in Hog”, “Applejack” e molti altri strani intrugli, ma nessuna delle vecchie bevande italiane, eccetto forse l’Americano che è al giorno d’oggi la nostra bevanda più diffusa».

Certo, da quei primi luoghi così sorprendenti e alieni dai loro padri di strada ne abbiamo fatta molta. Sicuramente il loro arrivo in Italia, per quanto in salsa nostrana, è stato ciò che ha cambiato profon-

damente non solo il nostro modo di bere, ma anche le nostre abitudini. L’aperitivo, tradizione tutta italiana, si è dilatato ed è diventato dopo cena, serata. Il cambiamento fondamentale portato dall’avvento degli American Bar è però un altro: con essi il cliente arriva al bancone, inizia a rapportarsi direttamente con il barman ed è probabilmente da lì che, anche in Italia, questa figura professionale comincia ad affermarsi e in qualche caso a “collaborare” con il cliente, per creare il cocktail perfetto, quello “su misura”.

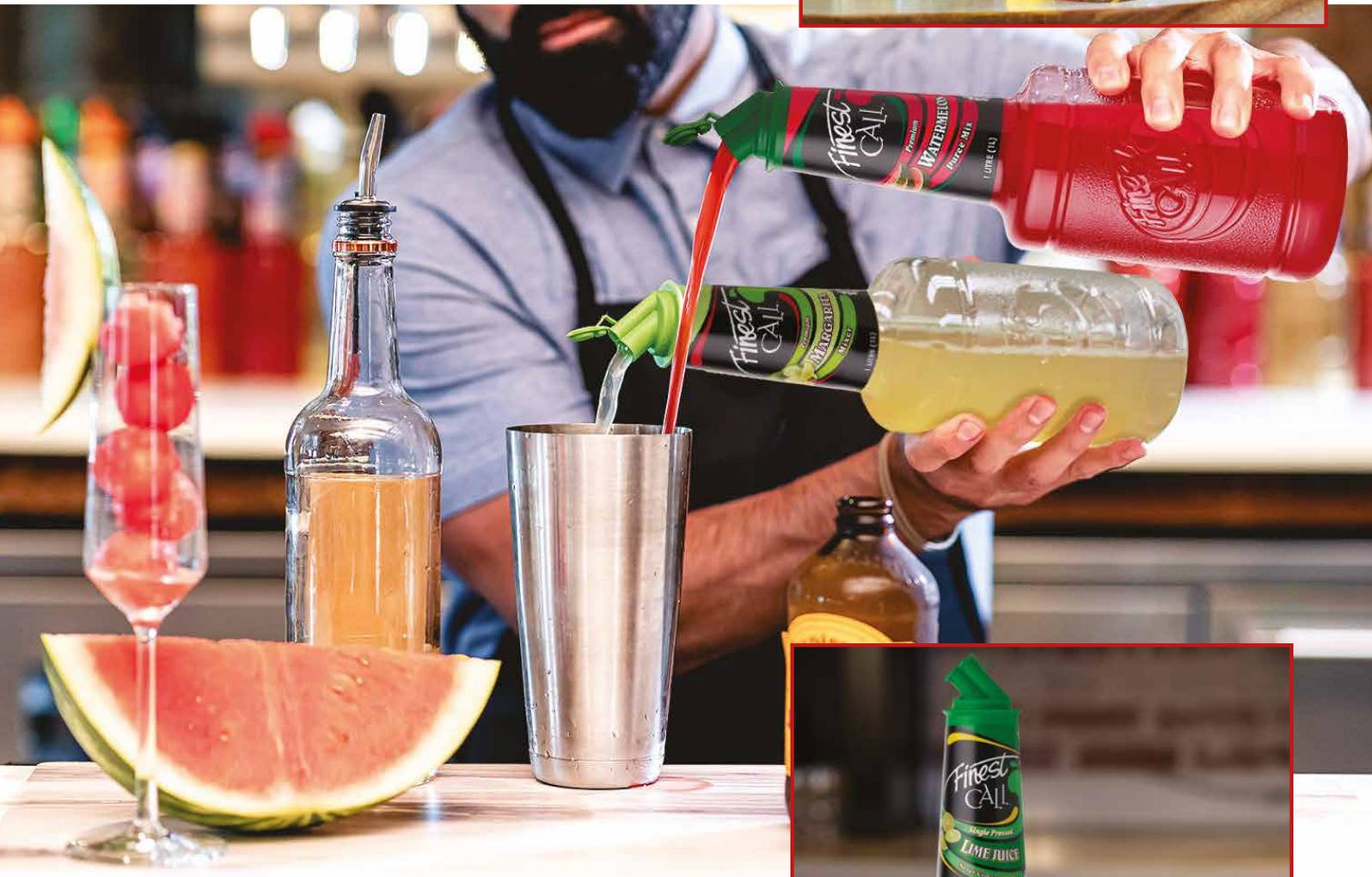
A questo punto avete tutto quello che vi serve per definire l’American Bar, senza scordare che è innanzitutto l’idea più importante della storia della miscelazione, e che tutti i bar del mondo “american” o no, sono il luogo «dove le persone s’incontrano e parlano. E bevono. E l’alcol porta a parlare di più, a bere di più e, in certe circostanze, a un livello elevato d’indignazione e impegno all’azione», prima di essere il luogo dove si servono i cocktail.

**Bastian Contrario**



## Mixology Minded Collection

Add a Splash of Fruit to Your Cocktail



**FOLLOW ALONG!**

 @FinestCallEU

 @FinestCall\_EU

Visit our new website! [www.finestcall.com](http://www.finestcall.com)



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



# UN NUOVO INIZIO

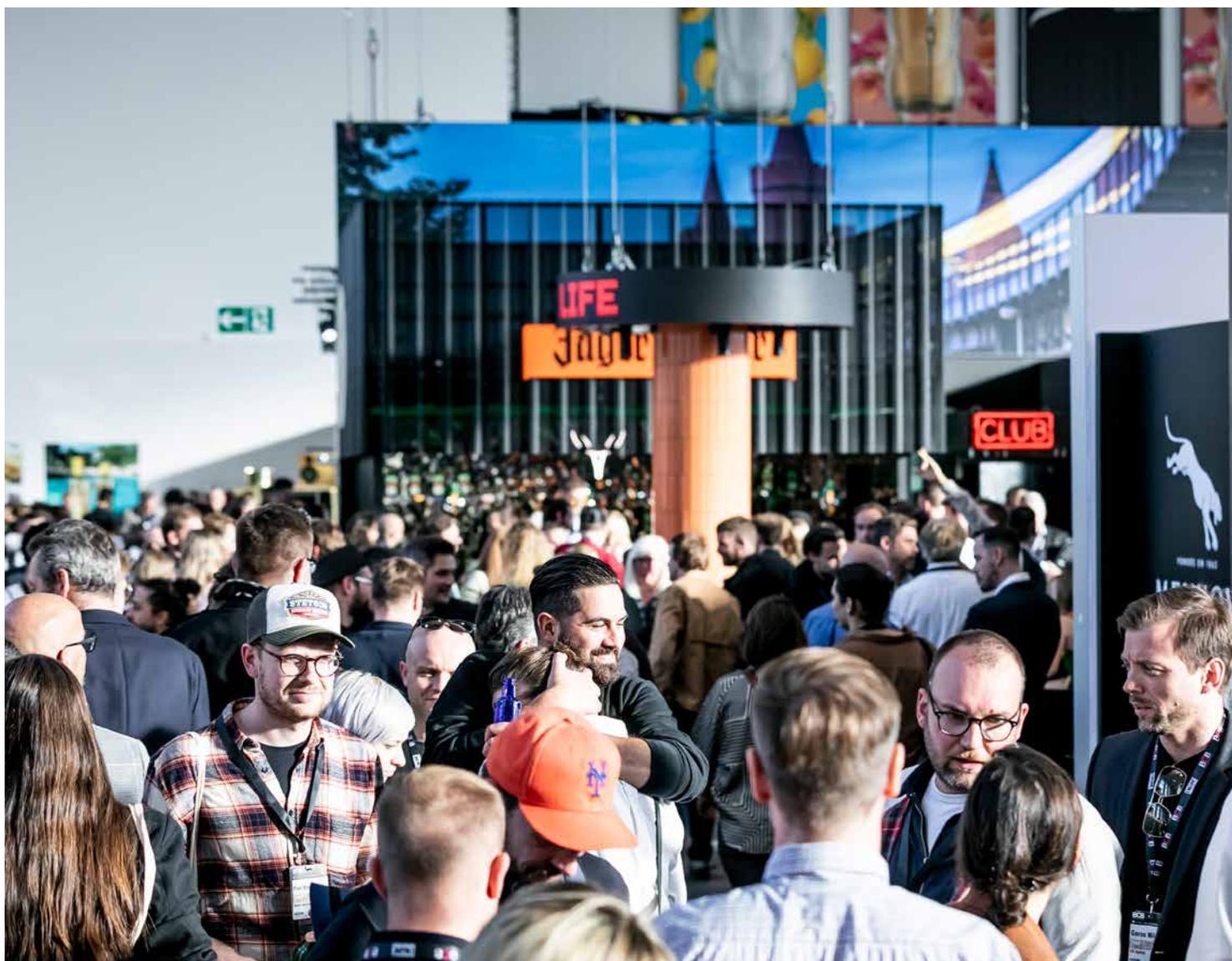
L'Italia in pole position tra le novità dell'evento più atteso del bartending

DI GIULIA ARSELLI

**D**opo lo stop per pandemia e un anno in punta di piedi, il Bar Convent Berlin è tornato in grande stile per riaffermare lo status di evento più internazionale della spirit e bartending industry. Gli espositori provenienti da tutto il mondo si sono distribuiti nei sei padiglioni espositivi dello spazio fieristico Berlin Messe. La grande superficie espositiva di 22.000 mq ha incluso gli hotspot tematici, tra cui l'Area Urban Gardening, Sensory, Aperitivo Bar, Urban

Market & Hidden Treasure, altre aree speciali e spazi dedicati.

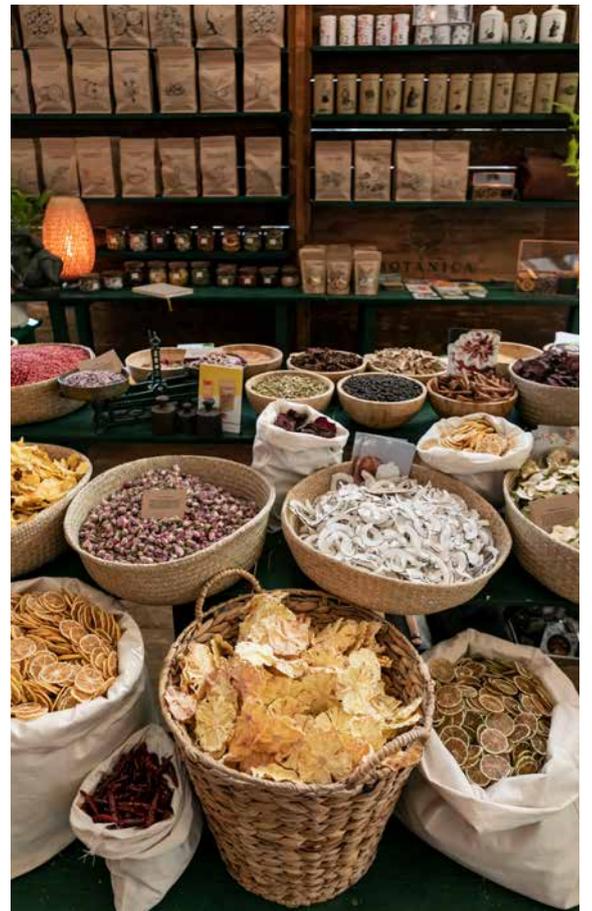
Durante i tre giorni della kermesse, dal 10 al 12 ottobre, più di 12.000 visitatori hanno goduto di un mix perfetto di incontri btb, programmi di formazione e approfondimento, tasting ed eventi collaterali che hanno entusiasmato i visitatori che hanno affollato le ampie sale espositive della rassegna made in Germany. «Siamo molto lieti che così tanti celebri bartender da tutto il mondo abbiano partecipato



attivamente al BCB di quest'anno – ha rimarcato Petra Lassahn, direttore di BCB – sia presso gli stand degli espositori, come relatori nel programma di formazione o alle serate organizzate nei migliori bar di Berlino. E tutto questo nonostante le ancora numerose sfide che il settore deve affrontare in questo momento. Apprezziamo ancora di più il loro impegno e stiamo lavorando insieme per un futuro positivo per il settore».

Oltre ai numerosi visitatori tedeschi molti sono arrivati dal Regno Unito, da Polonia, Italia, Paesi Bassi e Danimarca, da Austria, Svizzera, Spagna e Francia. I design di elaborati e creativi stand hanno fatto da sfondo ai padiglioni espositivi dove i visitatori potevano perdersi meravigliosamente.





Quest'anno al BCB erano presenti 533 espositori provenienti da 44 paesi, il paese partner del BCB è stata la Danimarca con uno speciale programma nel Mixology Pavilion e il Danish Speakeasy Bar per

conoscere la spirit industry danese e la locale bartending scene.

La rappresentanza italiana è stata tra le più numerose con molti espositori. Tra questi: il Gruppo Caffo, le distillerie



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

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

RECIPED BY METICULOUSLY  
 3-52% VOL 1 METICULOUSLY  
 100% GRAPE VINEYARD DISTILLED IN A  
 BRICK BAKED, COPPER POT STILL

**No.3 GIN**  
 is made on the  
 Madder Street  
 and Dr. David  
 Clutton's  
 made in Holland  
 We open our  
 London  
 which is the  
 original No.3  
 gin and tonic  
 The most  
 dished and  
 unique No.3  
 copper pot  
 original  
 We do not  
 of the world's  
 preservation  
 has been  
 No.3. This  
 for the  
 or close,  
 can just

**LONDON DRY GIN**

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

# The Art of Perfection

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

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

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

Discover gin, just as it should be. [no3gin.com](http://no3gin.com)



imported and distributed by



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

# THE DEMON'S SHARE



IRRESISTIBLE TO ANGELS...  
AND HUMANS.



Varnelli, Castagner, Nardini e Poli, Rossi d'Angera, Pallini, Compagnia dei Caraibi con la sua estensione CDC Export, Ghilardi Selezioni era presente con l'Antica Distilleria Quaglia per lanciare il nuovo progetto di sodati Green Grove, Casoni Liquori, Doragrossa Liquori, Cocchi, Gamondi, Savio, Luxardo, JGasco. Molti produttori italiani erano presenti nello spazio ITA – Italian Trade Agency, l'agenzia

governativa che supporta lo sviluppo del business delle imprese italiane all'estero e promuove l'attrazione degli investimenti stranieri in Italia.

Come sempre, il *Main Stage* è stato il cuore del ricco palinsesto di educational e tavole rotonde animato dagli opinion leader della scena globale della bar industry. Il nutrito programma con relatori di prim'ordine ha soddisfatto tutte le



a Eleni Nikoloulia e Damien Guichard.

Uno dei momenti salienti di quest'anno è stato il discorso del bartender Danil Nevsky intitolato "You VS the Global Bar Industry", che ha attirato una folla molto numerosa. Significativo anche il discorso di Iain Bell su nutrizione e salute, perché mentre i bartender amano prendersi cura dei propri ospiti, alcuni di loro sono estremamente carenti nel prendersi cura di se stessi.

Molto attrattivo il Taste Forum nel quale sono stati presentati in tasting i nuovi prodotti. Nello spazio Park Street University, imprenditori, manager e proprietari di brand hanno discusso di tendenze, abitudini di acquisto dei consumatori e altri argomenti rilevanti per il business.

Una delle novità di quest'anno è stato l'Urban Gardening Area dove sostenibilità, botanica ed erboristeria sono stati i temi discussi. Qui i workshop del bartender tedesco Ruben Neideck sulla lavorazione delle erbe hanno suscitato grande interesse. «Penso che sia molto importante che i barman utilizzino correttamente la loro influenza per trasmettere questa conoscenza – ha sottolineato Neideck – per

aspettative ed è stato curato dal BCB Education Board con Angus Winchester come direttore della formazione, insieme



ASTI 1891

**COCCHI**

*Giulio Cocchi*

# VERMOUTH E APERITIVI DAL 1891



Cocconato • Piemonte • Italia

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

f @cocchi1891

BEVI COCCHI RESPONSABILMENTE



Ph. Melania Siracusano

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

Bevi responsabilmente.

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





questo sono molto felice che insieme a BCB abbiamo fornito una piattaforma per questo importante argomento».

Anche il tema della sostenibilità nel settore dei bar è stato un elemento di

primo piano: qui l'attenzione si è concentrata su imballaggi e alternative come bicchieri e posate compostabili, o conoscere i prodotti di Ecospirits che offrono un'alternativa al tradizionale bicchiere usa e getta. Ecoplant ha presentato un impianto di lavorazione degli alcolici semi-automatizzato e containerizzato.

Tra gli addetti ai lavori abbiamo notato la presenza della DBU (Deutsche Barkeeper Union), l'associazione dei bartender tedeschi, nella workshop area. Questa



presenza ci ha fatto pensare all'associazione professionale italiana che è praticamente assente in tutti gli eventi di settore in Italia.

Una nuova area dell'evento è stata la Young Guns, uno spazio dedicato alle aziende emergenti, sedici, che hanno avuto l'opportunità di presentare i loro prodotti a una platea internazionale.

Un altro hotspot che ha attirato maggiormente i visitatori è stato lo Speakeasy Bar. Insieme ai team del bar greco "The

Rumble in the Jungle" e "The Bar in Front of the Bar", BCB ha avviato questo progetto con lo sponsor Bar-Fabric. I visitatori in cerca del misterioso bar sono stati ricompensati non solo con drink eccezionali, ma anche con un'esperienza unica.

Ma i momenti clou durante i quali molti bar hanno potuto presentare il proprio concetto di miscelazione sono stati davvero tanti e diversi e hanno animato le serate berlinesi nei bar più alla moda.

**Giulia Arseli**

# La differenza è tutta QUI

Roberto Castagner - Mastro Distillatore



## CASTAGNER



# MAESTRI DI STILE

## La grinta di madame Lyly e la nuova era di Bollinger. Aspettando il bicentenario

DI VALENTINA RIZZI

**D**opo circa venti anni di battaglie, le donne nel mondo del vino iniziano a non essere più un tabù. Finalmente si parla di loro con più onestà e vivacità. Dietro a questi volti femminili esistono storie per le quali ognuna di loro si è battuta in questi anni. Un cambiamento che è iniziato lentamente negli anni '80 da Nord a Sud in diversi paesi del mondo, un cambiamento armo-

nico e in continua evoluzione.

Le donne hanno un approccio alla viticoltura che privilegia temi come la sostenibilità, la produzione di vini naturali e biologici, l'attenzione alla comunicazione, al design, all'accoglienza, alla promozione intesa non solo in termini commerciali ma anche emozionali.

Per comprendere la portata di cambiamento che la fascia rosa ha portato nel





nostro paese, per esempio, bisogna dare un piccolo sguardo al passato: negli anni '70 solo il 10,6% delle donne aveva una formazione specifica nel settore vinicolo, oggi sono il 42,8%.

L'imprinting femminile ha coinvolto anche la celebre Maison Bollinger che ha fatto leva sul suo volto storico e di grande importanza: Lyly Bollinger. Il primo luglio del 2022, la Maison ha svelato il grande progetto che celebrerà il bicentenario della sua storia nel 2029. Un vero e proprio omaggio a Elisabeth Bollinger, una donna che amava lo Champagne in ogni sua forma, dalla vigna alla bottiglia.

La Bollinger adorava il suo Champagne e, incurante degli stereotipi del suo tempo, vedeva nel vino l'estensione della sua persona, del suo carattere e della sua unicità: «Lo Champagne lo bevo quando sono contenta e quando sono triste», diceva sempre. «Talvolta lo bevo quando sono sola, quando ho compagnia lo considero obbligatorio. Lo sorseggio quando non ho fame e lo bevo quando ne ho.



Altrimenti non lo tocco, a meno che non abbia sete».

Bollinger non è solo uno Champagne, Bollinger è uno stile inconfondibile. Un grande progetto di rinnovamento interesserà la storica cantina di Ay che si apre sulle vigne. La ristrutturazione di questo luogo enoturistico prevede uno spazio che dovrà contenere 5.000 botti da 228 litri aumentando così la sua capacità di



vinificazione in legno che diverrà la più importante della regione Champagne.

La casa di Elisabeth Bollinger, in 16 rue Jules Lobet ad Ay, dove le botti riposavano in cortile, sarà dedicata all'accoglienza di tutte le persone amanti del

vero Champagne. Al suo interno verranno realizzate una boutique e una sala di degustazione con sala da pranzo annessa.

La Maison sarà impegnata anche in otto diversi progetti di sviluppo entro il 2029, con tre aree chiave di interesse:

# CALABRO

Il nuovo modo di bere lo spritz!

SERVIRE  
GHIACIATO A  
**-20°**



## Spritz Calabro

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



Bevi responsabilmente. CaffoStudio



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

150 VARNELLI

1868-2018

SHALL  
WE MIX?



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

BEVI RESPONSABILMENTE



Our People, Our Land e Our Roots.

Bollinger ha deciso di essere la prima casa di Champagne a impegnarsi per raggiungere la certificazione internazionale B Corp nel 2023. La Certificazione B Corp è nata nel 2006 e viene rilasciata da B

Lab, un ente non-profit statunitense, attivo a livello internazionale. “B” sta per “beneficial” e “Corp” per “corporation”, e certifica le aziende che soddisfano i più elevati standard di trasparenza, responsabilità sociale e sostenibilità ambien-



tale, generando un impatto positivo sul contesto in cui operano.

Il lavoro di rinnovo sarà a 360 gradi. Nei vigneti verranno preservati i metodi ancestrali di coltivazione, piantate viti non innestate e allevate "en foule" (come si faceva prima della fillossera). In cantina riposeranno 4.000 botti con una media

di 20 anni di età. A nuova vita anche antiche tradizioni manuali come l'entreillage (impilamento orizzontale delle bottiglie), il remuage e lo sboccamento à la volée. Le risorse umane godranno di un processo di miglioramento continuo grazie a una formazione certificata del know-how di Bollinger.



**PERSONAGGI**  
 IN ALTO E A SINISTRA  
 DENIS BUNNER,  
 DENIS BUNNER  
 VICE CHEF DE CAVE.



Per lo Champagne Bollinger il Pinot Nero è l'essenza, il pilastro. Per accompagnare il lancio dei progetti del Bicentenario verranno lanciate ben tre nuove cuvée.

**BOLLINGER PN TX17-100% PINOT NOIR (BLANC DE NOIRS)**

**Assemblaggio:** edizione TX17: 100% Pinot Noir (Blanc de Noirs).

**Vigneto principale:** Tauxières, in associazione con i vigneti di Avenay e Verzenay.

**Annata di base:** 2017. Utilizzo esclusivo della cuvée.

**Maturazione:** in cantina, più di due volte superiore ai requisiti di denominazione.

**Dosaggio:** molto basso, 4 grammi per litro.

Il Pinot Nero conferisce al vino tensione, precisione e complessità. L'annata 2017 è stata complicata a causa di capricciose condizioni climatiche ma le uve sono riuscite a mantenersi ben equilibrate, con una maturità naturale di 10,1

gradi e un'acidità di 7 gr/l. Nell'assemblaggio troviamo il 51% di vini dell'annata e 49% vini di riserva, il più vecchio in assemblaggio è un 2006, con Pinot Nero fino a 11 anni di invecchiamento.

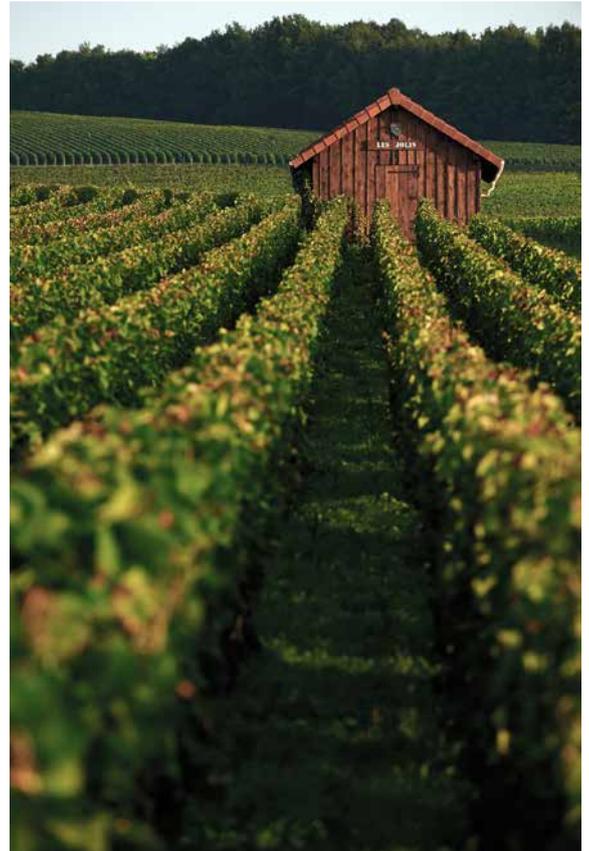
Alla vista una veste dai raffinati riflessi dorati. Al naso: note di fiori secchi, a cui si aggiungono aromi di tabacco e moka. La liquirizia e la frutta secca completano questo naso evoluto, discreto e complesso. Al palato: una sfaccettatura molto



fruttata e vivace con note di albicocca cotta, pesca, frutta esotica, seguite da sapori di miele d'acacia, noce fresca e spezie. Una bella salinità completa l'acidità di questo vino. Un finale sui frutti rossi, crema di ribes nero e sorprendenti note di scorza di agrumi. Un vino vivace, franco, molto netto e in contrasto con il naso.

#### **BOLLINGER LA CÔTE AUX ENFANTS CHAMPAGNE 2017**

La cuvée ottenuta da questa singola parcella, acquistata gradualmente da Jacques Bollinger a Ay tra il 1926 e il 1934, rende omaggio al marito di Elisabeth Bollinger, e al suo spirito visionario. Questa importante parcella ha due tipicità: il suo versante meridionale vinificato in rosso e quello nord-occidentale, il volto nascosto



della parcella storica della Maison Bollinger. Il potenziale qualitativo del vigneto è eccezionale e per questo l'azienda stessa ha deciso di realizzare un grande Champagne con un'identità unica a partire dalla vendemmia 2012.

**Assemblaggio:** 100% Pinot Noir Grand Cru, parcella La Côte aux Enfants. Utilizzo esclusivo della cuvée.

**Fermentazione:** completamente in fusti. Solo le vendemmie di grande qualità vengono millesimate in Bollinger. Questo millesimo 2012 rivela un vino ricco e una forte personalità.

**Maturazione:** in cantina più di due volte superiore ai requisiti di denominazione. La maturazione avviene con tappi di sughero.

**Dosaggio:** moderato, 8 grammi per litro.

Colore dorato intenso. Al naso: note arrostate, torrefatte, tostate e di fiori secchi, accompagnate da aromi di nocciola.

DRINK RESPONSIBLY & RIDE SAFELY



#bikesharing

AMARO  
DEL CICLISTA

Tutto un altro giro.

📷 @AMARODELCICLISTA



# HINCH

COUNTY  DOWN

## DISTILLERY CO

### THE TIME COLLECTION

“*Time waits for no man*”, said nobody at Hinch Distillery. Because it is the passage of *time* and *patience* that is needed to work its magic, that creates the *unique taste*, that is our whiskey.

[HINCHDISTILLERY.COM](http://HINCHDISTILLERY.COM)

IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI - [WWW.COMPAGNIADEICARAIBI.COM](http://WWW.COMPAGNIADEICARAIBI.COM)

BEVI HINCH IRISH WHISKEY RESPONSABILMENTE



Seguono note di miele e di spezie (cannella). Profumo generoso. Un palato in contrasto, deciso e ricco. Sapori di frutta a polpa e miele di acacia si combinano a quelli delle spezie, donando al vino il suo carattere. Il finale è piacevolmente amaro.

Infine, Le Vieilles Vignes Francaises, intimamente legate alla storia dello Champagne Bollinger. Queste vigne non innestate, portano con sé una memoria quasi scomparsa, uno straordinario e commovente emblema del loro patrimonio prima della fillossera.

Les Chaudes Terres e Clos St Jacques ad Ay sono le mitiche parcelle del Vieilles Vignes Francaises della Maison Bollinger.

Questi due magici clos, classificati Grand Cru, sono piantati “en foule” e coltivati con un antico metodo chiamato “proviognage” o “stratificazione”. La meticolosa conservazione di questa tecnica vinicola ha contribuito a far ottenere all’azienda la certificazione Living Heritage Company nel 2012, un segno di riconoscimento per le competenze artigianali.

Il design della bottiglia per la 2013 è ispirato dalla storia della cuvée, ritrae il patrimonio storico. Sull’etichetta, alcuni simboli emblematici come la bandiera francese e il motivo principale delle viti piantate “en foule” trovano posto in un design contemporaneo. L’alto livello nell’esecuzione del dettaglio di questa



etichetta è paragonabile al lavoro di un orafo. Ogni bottiglia è numerata e decorata a mano. Sulla cassa in legno, altri segni del patrimonio sono ripresi e messi in evidenza grazie a un design innovativo che tiene conto dei valori ambientali della maison che si ispirano al passato per proiettarsi al futuro.

Chaudes Terres e Clos St Jacques sono state vendemmiate il 27 settembre 2013 e hanno prodotto uve di qualità impeccabile, dando origine a un'annata intensa e fresca di Vieilles Vignes Françaises (circa 2.477 bottiglie numerate).

### **BOLLINGER LES VIEILLES VIGNES FRANCAISES 2013**

**Assemblaggio:** 100% Pinot Noir Grand Cru. Utilizzo esclusivo della cuvée.

**Fermentazione:** completamente realizzata in fusti. In Bollinger, solo le vendemmie di grande qualità vengono millesimate. Nel 2013, le parcelle di Vieilles Vignes Françaises sono state vendemmiate il 27

settembre, regalando un magnifico Pinot Noir.

**Maturazione:** in cantina più di due volte superiore ai requisiti di denominazione. La maturazione avviene con tappi di sughero.

**Dosaggio:** moderato, 6 grammi per litro.

Ampiezza, potenza e vivacità sono le tre caratteristiche di questa annata. Il suo colore oro intenso trasparente e cristallino rivela già un vino potente. Al naso subito aromi di mela cotogna, prugna mirabella e nocciole appena raccolte, scorza di limone candita e spezie dolci in continua evoluzione, in una seconda fase si rivelano frutti carnosì e frutta secca come mandorle. Al gusto culmina in un delizioso finale salino.

Queste tre magnifiche cuvée sapranno rappresentare al meglio il progetto di grande impatto che Bollinger sta preparando. Il conto alla rovescia è iniziato.

**Valentina Rizzi**



BEVI RESPONSABILMENTE

# BREWDOG LONEWOLF GIN

Il Lonewolf Gin di Brewdog Distilling Co, la prima distilleria **carbon-negative** della Scozia, è prodotto utilizzando 5 volte la quantità di ginepro normalmente utilizzata per i Gin. Deciso e intenso, è perfetto per preparare il tuo Gin Tonic preferito.

# ACQUE AGITATE

Tonic Water,  
alti e bassi  
di un fenomeno  
che riflette  
le incertezze  
del momento

DI FABIO BACCHI



**D**ieci anni fa, insieme alla nascita della nuova Gin Craze, si verificò un aumento vertiginoso di premium tonic water. Tra queste, sotto la spinta delle richieste delle nuove generazioni, la presenza di sodati a basso contenuto calorico. Oggi anche questa categoria di prodotti vede ridotti i propri margini economici da una combinazione di fattori negativi.

Alcuni marchi cercano di riprendersi dalla mancanza di azioni commerciali durante la pandemia, ma l'attuale picco dell'inflazione, i drammatici aumenti dei costi delle materie prime e delle merci, la crisi energetica e la carenza di anidride carbonica, tutti fattori riconducibili alla tragica realtà del momento, non facilitano la ripresa di una categoria che sembrava inattaccabile.

Lo scorso febbraio Transparency Market Research ha presentato un'analisi di mercato che, tuttavia, prevede che, se il

valore globale della categoria nel 2016 era di 1,52 miliardi di dollari, entro il 2025 dovrebbe arrivare a 2,45 miliardi di dollari. Comunque bene, sembrerebbe, ma un gigante della categoria prevede un importante calo di profitto (tra i 60 e 70 milioni di dollari) del suo margine nel breve periodo. Ergo, gli analisti stimano che nel medio periodo i brand più strutturati continueranno la crescita. Inoltre, i grandi produttori sono convinti che a livello globale la categoria avrà sempre più successo nel comparto low calorie che diventerà sempre più premium.

Un altro fattore di crescita sarà il mercato asiatico dove le toniche aromatizzate sono sempre più popolari e apprezzate, specialmente in Cina, Giappone e India. Secondo analisti e grandi brand in futuro il mercato delle toniche sarà dominato proprio dai consumi nell'Est Pacifico.

Questo passaggio verso il consumo del-



le toniche aromatizzate nell'area asiatica è molto seguito dai produttori che lanciano Gin aromatizzati nelle stesse aree, in particolare dai produttori di Gin indiani che potrebbero rivivere la relazione simbiotica di successo che hanno avuto toniche e Gin in Europa nella scorsa decade.

Nel 2020 IWSR Drinks Market Analysis aveva previsto un aumento dei volumi di crescita dei Gin indiani del 16%, ne avevamo già parlato, ed è successo. Molti brand puntano a educare i consumatori al perfect serve del Gin Tonic e dei cocktail a casa, una scelta che riteniamo molto intelligente. Questa dunque la situazione al momento.

Quella che segue è una rassegna di alcune toniche presenti in Italia, più o meno note, di diverso posizionamento di mercato e provenienza, tutte, sicuramente, meritevoli di essere citate.

**Fabio Bacchi**

### **ACQUA MONACO**

Aqua Monaco arriva da Monaco di Baviera, nasce dall'idea di produrre un'acqua minerale locale per il mercato tedesco, ma oggi la gamma si è allargata. Alla fine dell'ultima era glaciale, circa 10.000 anni fa, la pianura ghiaiosa di Monaco era formata da argilla e roccia. Questo strato protettivo naturale protegge l'acqua incontaminata a grandi profondità dalla contaminazione causata dall'uomo.

L'acqua minerale Aqua Monaco si ottiene a 20 km da Marienplatz dalla sorgente Silenca profonda 150 metri. Da gennaio 2018 l'azienda è certificata sostenibile al 100% dal punto di vista climatico e vegano.

Oggi il range di Aqua Monaco conta più di 20 prodotti: mixer, bibite organiche, soda, tutti realizzati in collaborazione con i migliori bartender.



I nuovi concetti, ricette, prodotti, promozioni e attività sono costantemente sviluppati da un team di bartender, chef, artisti, designer, hotel manager e brand. Questo mantiene la qualità costantemente alta e sempre pronta ai cambiamenti.

Dal gusto leggermente acido, con alta carbonatazione, **Acqua Monaco Tonic Water** contiene estratti naturali di lime e limone.

**Tonic Water Biologica** è prodotta con ingredienti 100% bio e non contiene acido citrico.

Tra gli ingredienti troviamo china boliviana e limone. Questa tonica presenta sorprendenti note legnose.

Acqua Monaco è distribuita in Italia da Rinaldi 1957.

## ALPEX

Fonte Plose è una storica azienda familiare nata negli anni '50 dall'intuizione di Giuseppe Fellin. Abile imprenditore e visionario, Fellin comprese la potenzialità delle straordinarie proprietà delle sorgenti d'acqua che sgorgano dalla fonte situata a 1.870 metri sul livello del mare nel Monte Plose, in Alto Adige.

Nel 1957 Giuseppe Fellin realizzò nelle vicinanze della sorgente un attrezzato stabilimento da cui uscirono le prime bottiglie di Acqua Plose. Sin dalle origini l'azienda ha sede a Bressanone (BZ) e la sua attività negli anni è cresciuta sensibilmente. Nel 2020 Fonte Plose ha intrapreso una nuova avventura nell'ambito della mixology di qualità.

La linea Alpex è contraddistinta dall'in-



Doragrossa, alle origini dell'arte liquoristica italiana

## AMARO di TORINO

*Amaro delicato di stile alpino, corroborante e digestivo.*

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



BEVI RESPONSABILMENTE



Dai migliori frutti freschi degli assolati pendii della costa ionica calabrese. Realizzato come si deve per palati esigenti.

E Mediterraneo sia!

**Doragrossa Mediterranea**  
Liquoristi & Distillatori



Bergamotto | Caffè | Rabarbaro  
Chinotto | Violetta | Curaçao Mediterraneo





confondibile testa di stambecco che testimonia la presenza di Fonte Plose nel mondo della mixology con due acque toniche e altri sodati premium dedicati ai professionisti del settore. Questa gamma di bevande senza edulcoranti e conservanti è stata ideata per offrire ai barman un prodotto esclusivo italiano e di alta qualità. AlpeX ha un carattere proprio che si distingue nelle tonic water della sua linea. **AlpeX Acqua Tonica Indian Dry** è decisa nel gusto e pulita al palato, con una nota amaricante che la rende perfetta per esaltare il gusto dei migliori Gin e distillati aromatici. **AlpeX Acqua Tonica Italian Taste** è a base di ingredienti di ispirazione mediterranea, ricca nei profumi e negli aromi: dal rosmarino alla vasta gamma di sentori di agrumi.

## BEVANDE FUTURISTE

Ormai consolidato come punto di riferimento nel panorama della miscelazione di alto profilo, presente in locali dal carattere incisivo e innovativo, Bevande Futuriste coniuga valori come eleganza, cultura e bellezza, l'italianità intesa come espressione di tradizione, qualità che da sempre caratterizzano lo stile di vita, il cibo e la cultura italiana. Con questa visione il brand nato a Treviso nel 2014, prospetta il futuro senza tralasciare il presente, ponendo il consumatore attento al centro della propria mission aziendale.

Nel nome, la linea di Toniche Cortese si richiama a Isabella Cortese, una nobile veneziana vissuta nel XVI secolo. Appassionata di profumeria e alchimia, nel 1561 Isabella Cortese diede alle stampe un libro



con i suoi segreti su «cose minerali, medicinali, artificiose et alchemiche et molte dell'arte profumatoria appartenenti a ogni gran signora». Ma il termine “cortese” è stato scelto anche per il suo significato che fa immaginare i modi garbati e gentili tipici delle donne. In questo tutto rimanda al significato della mission aziendale.

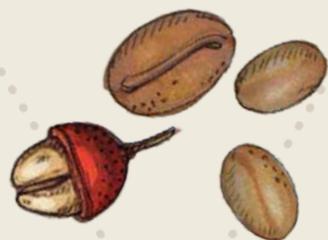
**Pure Tonic Cortese** acqua, zucchero, anidride carbonica, acido citrico, estratto di corteccia di china, è molto frizzante con una moderata nota di chinino che la rende dissetante. **Light Tonic Cortese** (acqua, sciroppo di fruttosio, anidride carbonica, acido citrico, infuso di scorze di limone, estratto di corteccia di china, sale) è leggera, delicata e con poco zucchero. **Strong Tonic Cortese** eccelle per la personalità decisa e la lunga persistenza dovuti all'aggiunta di peperoncino. La maggiore concentrazione di chinino esalta la frizzantezza di questa tonica dal carattere deciso.

## BISLERI

In materia di china, il brand Bisleri, di proprietà del Gruppo Caffo, ha esperienza da vendere. Il brand fu fondato da Felice Bisleri a Milano, dove attrezzò un modesto laboratorio chimico per dedicarsi all'industria farmaceutica. Progettò la preparazione di un ricostituente e, pur essendo digiuno di chimica, riuscì, con l'aiuto di alcuni libri e di molta tenacia, a preparare una miscela stabile di china e di ferro: il “Ferro-China Bisleri”.

Le acque toniche Bisleri sono tutte a base di infuso delle migliori qualità di corteccia di china, la stessa che viene utilizzata dal 1881 per il famoso Ferro China Bisleri. Tutte senza glutine, sono tre le toniche a marchio Bisleri.

**L'Acqua Tonica Indian Bisleri** è una tonica che rispetta fedelmente la categoria di appartenenza. L'amaricante è conferito dall'infuso naturale ottenuto da selezionate parti-



Non c'è casa, strada o piazza mediterranea, ove non sia possibile cogliere, nell'aria o in una tazzina, la straordinaria piacevolezza dell'aroma degli aromi.

E Mediterraneo sia!

**Doragrossa Mediterranea**  
Liquoristi & Distillatori



Bergamotto | Caffè | Rabarbaro  
Chinotto | Violetta | Curaçao Mediterraneo



BEVI RESPONSABILMENTE

# Underberg®

BEVI RESPONSABILMENTE



the  
bitter dose  
for a perfect  
Cocktail

distribuito da onestigroup.com



te di corteccia di china utilizzata da sempre da Bisleri. Leggera e rinfrescante per la presenza di limone, a rendere completo il bilanciamento del gusto. Realizzata appositamente per la miscelazione moderna.

**Acqua Tonica Zenzero Bisleri** è una tonica che fa la differenza. Questa tonica viene aromatizzata con un infuso naturale di radice di zenzero. Il suo sapore particolarmente fresco e speziato la rendono il mixer perfetto per esaltare le caratteristiche di alcuni liquori e distillati scuri. Stile mediterraneo per

**Acqua Tonica Mediterranean.** Una combinazione di erbe e spezie aromatiche come salvia, assenzio, sambuco, coriandolo e altre ancora. Un soft drink premium morbido ed elegante, dalle sottili note amaricanti di chinino che si uniscono alle note citriche ed erbacee. Il tutto esaltato dall'aggiunta di acqua di mare che dona una particolare sapidità. Di prossimo arrivo **Acqua Tonica Bergamotto.**

## EAST IMPERIAL

East Imperial arriva dalla lontana Nuova Zelanda, terra che gode di acque sorgive di assoluta purezza e di un ecosistema tra i più protetti al mondo. East Imperial comprende una serie di tonic water prodotte in piccoli lotti con ingredienti naturali esclusivamente di provenienza asiatica e africana. La raccolta a mano del chinino usato da East Imperial ha origine da Java, nella stessa piantagione indonesiana utilizzata dal bisnonno del fondatore nel 1903. Tutte le toniche di East Imperial sono addolcite con zucchero di canna.

**East Imperial Old World Tonic** ingredienti asiatici ed è formulata per Gin in stile contemporaneo. Alti livelli di chinino, basso contenuto di zucchero e bassi livelli di acido citrico. Naso tenue e piacevole con note floreali e di mandarino quando viene versata rapidamente. Al palato timo e chinino. **East Imperial Yuzu Tonic** è una deliziosa tonica. Generose note agrumate



di yuzu rinvigorate da un'effervescenza morbida, segue lentamente l'amaro sul retro. Il finale è lungo con la sottile nota di chinino, dolcezza equilibrata e smorzata. **East Imperial Burma Tonic Water** è molto piacevole con le sue eleganti note di lemon-grass e lime, con sostenuti livelli di acido citrico e zucchero. **East Imperial Grapefruit Tonic Water** è una tonica dal gusto delicato con essenza naturale di pompelmo predominante. **East Imperial Royal Botanic Tonic Water** nasce in collaborazione con i Royal Botanic Gardens. In questa tonica troviamo le note di fiori di sambuco che si combinano con l'asprezza del pompelmo rosso e l'amaro del chinino indonesiano di Giava.

East Imperial è distribuita in Italia da Compagnia dei Caraibi.

## FAIRY QUEEN

Il nome di questa linea di sodati si ispira alla Fairy Queen (regina delle fate), la più antica locomotiva al mondo ancora oggi operativa. Costruita nel 1855 a Leeds, dalla storica Kitson, Thompson and Hewitson, la Fairy Queen originariamente viaggiava sul territorio di Calcutta, oggi collega New Delhi ad Alwar trainando delle lussuose carrozze colme di turisti alla velocità massima di 40 km/h. I sodati Fairy Queen sono prodotti in Italia dall'accurata rivisitazione di ricette tradizionali che risalgono a più di un secolo fa.

L'acqua utilizzata per **Fairy Queen Premium Tonic Water** ha un bassissimo contenuto di sodio e nitrati e proviene da una sorgente che si trova a 850 m di quota inserita in un contesto naturale incontaminato, che ne garantisce l'elevata purezza e la totale assenza di contaminazioni ambientali.



L'effervescenza di questa tonica dona un perlage molto raffinato e persistente, tra le sue botaniche rientrano il chinino naturale, il limone, l'arancio amaro e il lime del Messico. Delicatamente profumata, Fairy Queen Premium Tonic Water si rivela al gusto, è piacevolmente amara e agrumata con le note di china che si distendono sul palato lasciandolo asciutto e fresco.

I sodati Fairy Queen sono distribuiti in Italia da Mercanti di Spirits.

### **FENTIMANS**

“Botanical Brewing” è un processo che nasce da una ricetta unica di Fentimans che prevede l'utilizzo di erbe e

radici. Questa tecnica viene impiegata per la produzione di bevande attraverso l'infusione di botaniche accuratamente selezionate. Miscelazione e fermentazione della durata di sette giorni. Il risultato è una gamma di deliziose bevande artigianali, intense nel gusto e superbe nella qualità, che utilizzano i migliori ingredienti naturali.

Oggi il processo avviene con l'aggiunta di carbonatazione lieve per sostituire il diossido di carbonio perso in pastorizzazione. Ciò conferisce al prodotto vita più lunga e mantiene il livello di alcol, che naturalmente si produce durante la lenta fermentazione, non oltre lo 0,5%.

In ogni prodotto Fentimans si può nota-



re un sedimento alla base della bottiglia. Il sedimento rappresenta una componente fondamentale per le “natural sodas” Fentimans, in quanto conferisce loro un sapore più tonificante, e le caratterizza in modo deciso.

**Connoisseurs Tonic Water** (bacche di ginepro, foglie di kaffir lime, lemongrass) ha un sapore pulito e fresco, in miscelazione esalta i gusti di Gin aromatici. Questa tonica versatile è stata appositamente creata con un profilo aromatico delicato che consente al distillato di essere il protagonista. Il finale è piacevol-

mente fresco e secco.

**Pink Grapefruit Tonic Water** ha un corpo botanico complesso (pompelmo, arancia, chinino), concentrati di carota e ibisco, estratti di erbe fermentate (bacca di ginepro, foglie di kaffir lime, lemongrass, radice di giaggiolo) e succo di pompelmo rosa.

Vivace e rinfrescante, il sapore agrodolce e ben equilibrato del pompelmo rosa si sposa perfettamente con l'aggiunta del chinino. Un mixer dal profumo di agrumi completato da una dolce nota di arancia.



Naturale e dorato: un viaggio che dalla tradizione porta lontano. Fatto a mano con amore in piccoli batch. Nasce dall'unione di singole botaniche infuse singolarmente nelle magiche atmosfere del Lago di Garda.

**SEMPLICEMENTE NATURALE**  
**NESSUN AROMA O CHIMICA AGGIUNTI**

**SIRENE**



DISTRIBUITO DA RINALDI 1957 **RINALDI 1957**

# 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.pellegrinispa.net](http://www.pellegrinispa.net)

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

BEVI RESPONSABILMENTE



## GREEN GROVE

Dal progetto di quattro amici colleghi arriva un nuovo prodotto made in Italy. Con Green Grove, Carlo Quaglia e Federico Ricatto, di Antica Distilleria Quaglia, Marianna Sicheri e Pietro Ghilardi, di Ghilardi Selezioni, perseguono la tradizione dell'artigianalità italiana nel rispetto della naturalezza.

Ricerca e sviluppo sono state le basi da cui Antica Distilleria Quaglia è partita e dopo quasi un anno ha dato vita alle prime tre espressioni Green Grove che trova nel nome l'ispirazione.

Il rispetto per l'ambiente è ormai parte integrante della nostra quotidianità, Grove, vuol dire frutteto, perché tutti i prodotti sono naturali, italiani e le ricette delle componenti aromatiche sono sviluppate in house.

Green Grove vuole esaltare il bere italiano attraverso una mongolfiera di agrumi, fiori e frutti che trasporta il consumatore alla scoperta di tutto ciò che la biodiversità italiana ha da offrire. Coniugando unione e tradizione con modernità, la delicata estrazione dei principi vegetali viene effettuata con macchinari moderni che permettono di conservare al meglio l'essenza della materia prima.

La linea Green Grove comprende tre mixer tra cui **Green Grove Tonic**, un'acqua tonica bilanciata e complessa. Con i migliori ingredienti è stato ottenuto un prodotto eccellente. Green Grove Tonic ha un bouquet complesso ma allo stesso tempo delicato, che non sovrasta, anzi, esalta le note botaniche dei Gin. Al palato è piacevolmente amara, con pochi grammi di zucchero/litro.



## INDI

Indi&Co è un marchio dell'azienda Casalbor, prodotto nel sud della Spagna nella distilleria di proprietà della famiglia da oltre un secolo. La forza dell'azienda risiede proprio nella tradizione e nell'artigianalità del metodo produttivo che permette di conservare le caratteristiche aromatiche degli ingredienti, producendo bevande estremamente gustose e completamente naturali.

Indi & Co. è una gamma premium di bevande analcoliche e rinfrescanti in cui le botaniche sono selezionate all'origine nelle migliori condizioni di maturazione. Alcune di queste sono poste in sottovuoto per preservarne le proprietà durante

il viaggio per poi essere accuratamente lavorate nello stabilimento di El Puerto Santa Maria. Con la lenta macerazione degli ingredienti vengono estratti tutti i componenti solubili; segue una delicata distillazione per ricavarne le essenze. Il concentrato ottenuto è unito a zuccheri naturali e acqua purissima, in un mix naturale ed equilibrato.

**Indi Tonic Water** è prodotta tramite infusione e distillazione di kalinji, fiore kewra, cardamomo dall'India e buccia d'arancia di Siviglia; macerati con la corteccia di chinino e lo zucchero per ottenere un'acqua tonica ben bilanciata. Indi Tonic si esprime con agrumi intensi, la nota di scorza d'arancia di Siviglia si fon-



*Rhum*  
**Barbancourt**  
 HAITIEN DEPUIS 1862

**SI COLTIVA  
 L'ECCELLENZA.**



ROSSIDANGERA.IT

DISTILLATORI DAL 1847  
ANGERA — LAGO MAGGIORE



1847

*Rossi d'Angera*



BEVI RESPONSABILMENTE

**DAL 1926, SULLE VETTE DELL' ECCELLENZA**

SPITZ SIGNIFICA VETTA, E NO, NON È UN CASO.

LA SUA ORIGINALITÀ LO HA PREMIATO CON UNA STANDING OVATION ALL' IWSC DI LONDRA.  
IL SUO GUSTO INCONFONDIBILE LO CELEBRA COME IL RE DELL'APERITIVO A BASE DI GENZIANA.

LA SUA VERSATILITÀ È IDEALE NELLA MISCELAZIONE DI ALTO LIVELLO.

UN LIQUORE STORICO CHE CONSERVA ANCORA IL PRIMATO DELL' ECCELLENZA.

SPITZ Rossi d'Angera — IWSC AWARD SPIRITS LONDON "Award Spirit Gold Outstanding 2021"



de perfettamente con le note aromatiche del cardamomo. Sulla lingua si avverte una nota di cumino nero che ben si sposa con l'amaro del chinino e la dolcezza dello zucchero di canna.

Indi Tonic Water è importata e distribuita in Italia da Onesti Group.

## JGASCO

Gamma di premium mixer 100% made in Italy, con base a Torino, realizzata esclusivamente con ingredienti naturali e materie prime selezionate, senza coloranti artificiali e conservanti e senza l'ulizzo di dolcificanti artigianali.

Tra le toniche JGasco della linea classica troviamo **Indian Tonic**, una tonica dal sapore delicato con note amaricanti morbide e non invadenti, gusto rotondo e carbonatazione fine e persistente. Indian Tonic è consigliata per abbinamenti con Gin agrumati e floreali. **Dry Bitter Tonic** è una tonica pensata per chi ama la ricetta classica a base di chinino. Ben strutturata, persistente, con note amare

e pulite, esalta e rafforza il compound aromatico dei distillati. Consigliata per abbinamenti con Gin robusti e ricchi di ginepro. La linea EVIA è composta da mixer senza zucchero. Come **Tonic 13.5 Evia**, una tonica light con 13.5 calorie aromatizzata con chinino e bacche di ginepro. Sapore secco e fresco con note citriche e amare persistenti. JGasco la consiglia per valorizzare Gin premium balsamici ed erbacei.

Il brand torinese ha ampliato la propria gamma presentando **Green Tonic**, una tonica aromatizzata naturalmente al cetriolo. Ben strutturata, gusto persistente e pulito, note erbacee fresche e vibranti ben bilanciate dal citrico dell'olio essenziale di limone. Texture vellutata, carbonatazione elevata con bollicine fini e persistenti.

Deliziosa gustata liscia come bibita, si sposa perfettamente con Gin aromatici, da provare anche miscelata con Vodka o in mocktail con succo di mirtillo per chi preferisce un analcolico.

LIQUORERIA  
**ESSENTIAE**  
DEL SALENTO

Ulìa: il primo gin alle foglie di ulivo



bevi responsabilmente

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



## ULÌA ESSENCE

- 3 cl Ulìa Amaro Artigianale
- 2 cl Ulìa Gin Mediterraneo
- 2 cl Bitter del Ciclista Casoni
- gocce succo di arancia

Tecnica: Stir & Strain. Glass: tumbler basso con ice chunk 5x5.. Garnish: zest limone, ramoscello d'ulivo e ciliegia al liquore di carrube.

## CELERY FIZZ

- 5 cl Ulìa Gin
- 2 cl succo di lime
- 1 cl sciroppo di camomilla
- 2 dash bitter al sedano
- Top di soda all'aloè vera

Tecnica: build. Glass: Collins. Garnish: foglie di sedano.

La **Liquoreria Essentiae del Salento** nasce nel 2007 a Ugento, Lecce, per volontà di Emanuele De Gaetani con lo scopo di produrre tipici elisir locali, rispettando rigorosamente le tradizionali ricette e le procedure osservate fin dai tempi più remoti.

Assolutamente naturali, i prodotti della Liquoreria Essentiae sono preparati artigianalmente senza l'utilizzo di conservanti, coloranti ed additivi chimici. Il forte e resistente profumo, il gusto intenso ed inconfondibile e il vivo colore di questi spiriti sono dovuti all'esclusivo processo produttivo e soprattutto all'impiego di selezionati prodotti freschi. Per l'infusione sono utilizzati frutti di stagione non trattati, coltivati biologicamente e raccolti il giorno prima di essere messi in fusione. La pelatura degli agrumi viene effettuata manualmente. La stagionatura avviene al buio ed il filtraggio con panno di lino per caduta libera. Il tradizionale iter del processo produttivo rende gli elisir unici, genuini e di alta qualità.

Tra i distillati il prodotto più esclusivo è **Ulìa**, Gin mediterraneo caratterizzato dall'utilizzo di foglie di ulivo dei parchi del Salento, spezie infuse a freddo, diluito con aloè vera, tisane e miele, stagionato 3 anni con legno di ulivo, con bottiglie numerate.

Ulìa Gin (40°) nasce dall'ispirazione avuta da Emanuele De Gaetani mentre passeggiava nei boschi intento a raccogliere ramoscelli di pino e ginepro per composizioni floreali.

Nel 2002 Ulìa si è fatto conoscere dalla platea internazionale partecipando al prestigioso **The Gin Guide Awards** di Londra al quale presenziano centinaia di Gin provenienti da tutto il mondo, Ulìa si classificò tra i primi 6 aged Gin invecchiati e tra i primi 8 per il packaging.

Colore mogano, elegante e limpido, i 40° di Ulìa si esprimono al palato riflettendo il tono del ginepro, l'amabilità dell'aloè e una delicata nota sapida, equilibrato con l'olfatto e con un lungo finale nel quale emerge la delicata complessità speziata data da dieci botaniche, persistente con un piacevole ritorno retro nasale. Gin interessantissimo si presta anche a un interessante consumo meditativo con sorprendenti possibilità di food pairing.



# STANDARD AMERICANO

## Un nuovo regolamento definisce i caratteri del distillato. Più identità per una maggiore competizione

DI VITTORIO BRAMBILLA

I Single Malt americano è la categoria di Whiskey in più rapida crescita negli Stati Uniti. Lo stile è già riconosciuto da diversi importanti concorsi internazionali di spirit, tra cui il San Francisco World Spirits Competition, il New York World Spirits Competition e il Las Vegas Global Spirit Awards.

Nel mondo dell'american Whiskey c'è una notizia della scorsa estate che ha creato molta eccitazione. Nel giugno 2019 il gruppo commerciale Distilled Spirits Council of the US (Discus) e l'American Single Malt Whisky Commission (ASMWC), che riunisce oltre 130 produttori di 200 referenze Single Malt USA, presentarono all'ente federale Alcohol and

Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) una richiesta di definizione degli standard produttivi di Single Malt Whiskey prodotto negli Stati Uniti. Questa richiesta si integrava nel piano 2018 di TTB con il quale si chiedeva di modernizzare l'etichettatura e le normative pubblicitarie per l'alcol.

La genesi di questo progetto rimanda al marzo 2016 quando, su sollecitazione di Westland Distillery, altre otto distillerie si riunirono attorno a un tavolo per definire lo standard formale di identità per il Single Malt americano. Oltre a Westland, le altre distillerie erano Balcones Distilling, Copperworks Distilling, FEW Spirits, Headframe Spirits, Santa Fe Spirits, Triple Eight Distillery, Virginia Distillery Co





e Westward Distillery. Queste distillerie sono le fondatrici di ASMWC.

Ci sono voluti tre anni di sforzi, richieste, anticipazioni e smentite ma alla fine i distillatori americani hanno ricevuto la notizia tanto attesa. L'Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau (TTB) ha annunciato che la categoria Single Malt Whiskey avrebbe trovato il suo posto nella normativa che regola la produzione di Whiskey in America. «Vogliamo ringraziare TTB per aver ascoltato le richieste del settore e non vediamo l'ora di lavorare con il Bureau per sviluppare una nuova categoria ufficiale per il Single Malt Whisky americano», ha affermato Chris Swonger, presidente e CEO di Discus.

La proposta di regolamentazione della produzione è stata pubblicata nel registro federale il 29 luglio di quest'anno come emendamento agli standard produttivi del Whiskey. Per essere etichettato come Single Malt prodotto negli Stati Uni-



ti, i soggetti interessati hanno proposto che tutto il ciclo produttivo, dalla malta a zione all'invecchiamento sia effettuato da una distilleria statunitense sul suolo nazionale; lo spirito deve essere composto al 100% da orzo maltato, conservato



in una botte di rovere non superiore ai 700 litri. Distillato non oltre 80° e imbottigliato a 40% ABV o superiore; non sono ammesse le aggiunte di alcolici neutri, sono permessi additivi e aromatizzanti, come caramello. Rispetto a Bourbon e Rye i Single Malt USA non hanno regole molto rigide sull'uso delle botti. Per Rye e Bourbon devono essere utilizzate botti di rovere nuove e carbonizzate. A parte le dimensioni delle botti il Single Malt americano non prevede disposizioni sul tipo di rovere da utilizzare.

Secondo gli interessati, la nuova definizione di Single Malt americano è abbastanza specifica da regolamentare la categoria, pur mantenendo la sua unicità come spirito americano. Secondo i membri di ASMWC «le normative sul Whisky

scozzese sono eccessivamente restrittive e inibiscono la creatività, le regole proposte dall'ASMWC sono intenzionalmente abbastanza ampie per consentire ai distillatori di essere più liberi nella sperimentazione e nella costruzione del marchio».

Come successo con tutti gli altri Whisky prodotti negli Stati Uniti, le linee guida costringeranno i Whisky identificati a lungo come Single Malt americani a una categorizzazione più generale. Approvate le regole, il TTB ne delibererà l'entrata in vigore. Dopodiché anche negli USA i Single Malt Whiskey potranno caratterizzarsi per la loro tipicità, il senso di terroir e garantire i dovuti standard ai loro estimatori.

Con la loro ufficializzazione i Single Malt americani inizieranno a competere

Simply Squeeze  
**REAL**  
 INFUSED EXOTICS™

# Explore The Real World of Flavor



Explore the Real World of Flavor

CULINARY  
 MIXOLOGY



TOPPINGS  
 BEVERAGE



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



Flavorful



Mixable



Squeezable

www.realingredients.com



1700

EL RON PROHIBIDO

1796



MEXICAN RUM

EL RON PROHIBIDO®

RESERVA



IMPORTATO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI - WWW.COMPAGNIADEICARAIBI.COM

BEVI RUM PROHIBIDO RESPONSABILMENTE



con altre affermate categorie di Whisky e acquisiranno un migliore riconoscimento e maggiore comprensione. Tuttavia per la maggior parte dei distillatori di Single Malt americani, queste nuove normative non cambieranno nulla nelle loro attività quotidiane, piuttosto, rafforzeranno semplicemente ciò che hanno già fatto e continuano a fare.

Venti anni addietro il Whiskey ameri-

cano era sinonimo di Bourbon, dieci anni dopo è arrivata la rinascita del Rye e tutta una serie di esperimenti ibridi. Quello che i produttori sperano è che il Single Malt americano abbia la stessa crescita dei suoi precursori.

Il rovescio della medaglia è che ci sarà uno stop alle sperimentazioni che tanto avevano animato il settore negli USA. Tra queste il single malt di St. George, un



Whiskey introdotto nel 2000, in anticipo sui tempi, che include malti che non sono veramente maltati, sono invece cotti, pratica che lo estrometterebbe dalla nuova categoria.

Un'incognita riguarda i prezzi dei nuovi distillati. Notoriamente l'orzo maltato è esponenzialmente più costoso da lavorare rispetto al mais o alla segale, quindi, ovviamente, i prezzi saranno diversi. Tuttavia si ritiene che rispetto allo Scotch e ad altri Single Malt mondiali, i prezzi dei Single Malt USA saranno più competitivi.

Anche per quanto riguarda la definizione di aroma e il sapore che dovrebbero distinguere i Single Malt americani da quelli scozzesi i tempi sono prematuri. Su questo argomento i produttori americani stanno dibattendo perchè già esistono degli stili regionali differenti. Più tradizionali sulla East Coast, più sperimentali nel nord-ovest, più affumicati con mesquite nel sud-ovest.

Il 27 settembre il TTB ha chiuso i termini entro i quali si potevano apportare suggerimenti e modifiche alla normativa proposta. È arrivato il momento di celebrare una nuova tappa della lunga storia del Whiskey.

**Vittorio Brambilla**



PROHIBITO È UN BRAND

**BEVANDE  
FUTURISTE**

**UN NOME,  
UN CONCETTO,  
UNA MISSIONE FUTURISTA,  
DAI VALORI ANTICHI  
RIVISTI IN CHIAVE MODERNA  
PER I BARTENDER DI OGGI.**



[PROHIBITOMIXOLOGY.COM](http://PROHIBITOMIXOLOGY.COM)

# NEL SEGNO DI MARYLIN

A Riccione, il mito di “Blondie” illumina la gioiosa festa del bartending

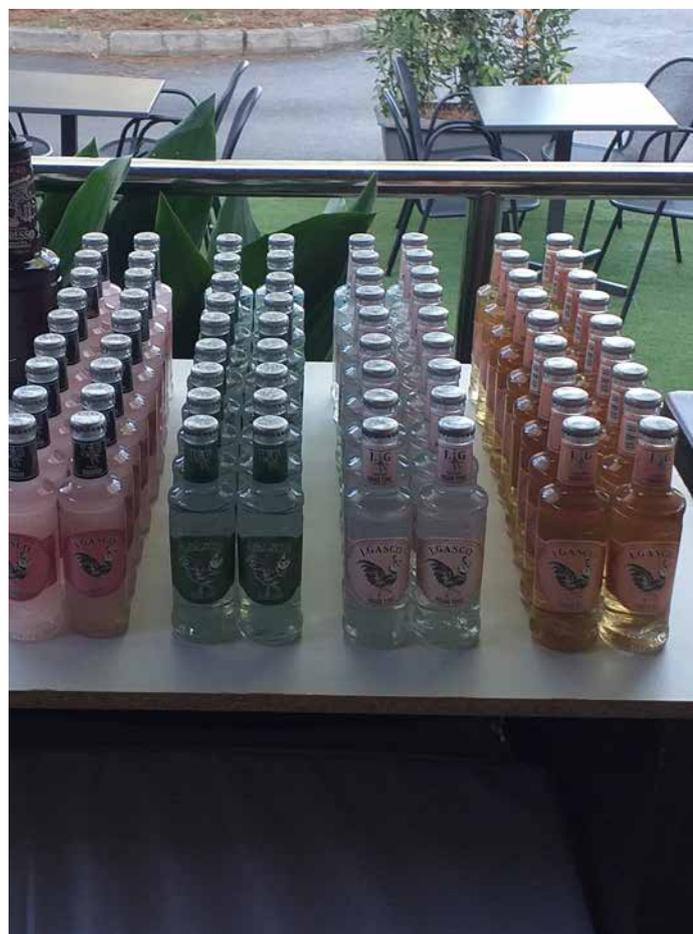
DI GIULIA ARSELLI

**A**nno nuovo, Pepper Cup nuova. Lo scorso settembre siamo tornati sotto il sole di Riccione per l'evento di bartending top della Riviera di Rimini. La 5ª edizione della Pepper Cup ha animato anche quest'anno la terrazza del Pepper Bar di Gigi Morciano e del suo fido direttore, il neo presidente FIB Paolo

Mascarucci.

Nel corso degli ultimi anni il Pepper Bar è divenuto “the place where to be” a Riccione, sede di eventi della spirit industry, educational e masterclass aperte a qualsiasi addetto ai lavori e luogo di ritrovo dei bartender rivieraschi. Possiamo dire che al Pepper succede sempre qualcosa





coniugato al bartending. Infatti i brand individuano nel Pepper Bar un punto di interesse per la presentazione di classici e nuovi prodotti al bartending locale.

Il 19 settembre scorso il Pepper ha ospitato l'edizione 2022 della omonima home cocktail competition accogliendo ben 23 bartender provenienti da tutta Italia. Il successo dell'evento è facilmente riscontrabile nel numero sempre maggiore di ricette inviate ogni anno per essere ammesse alla fase finale.

La prima edizione della Pepper Cup vide la partecipazione di bartender locali professionalmente impegnati nella Riviera di Rimini. Oggi i concorrenti arrivano da tutte le regioni d'Italia e finanche dall'estero. BarTales Magazine ha contribuito sin dalla prima edizione alla crescita di questo evento che si presenta come un contenitore professionale caratterizzato da un'atmosfera festaiola, nella quale si fondono momenti di formazione e confronto professionale, divertimento e at-





tenzione verso il sociale.

Ogni edizione della Pepper Cup è organizzata in collaborazione con un'azienda della spirit industry nazionale. Quest'anno il main sponsor era Rossi d'Angera 1847 una delle più antiche distillerie italiane affiancate dagli sponsor tecnici ReAl, Finest Call e JGasco.

L'aspetto più importante della Pepper

**COMPETITION**  
IN ALTO LA  
GIURIA.  
QUI SOPRA UN  
MOMENTO DEL  
TASTING.

# BARTAVELLE



*Bartavelle è una deliziosa collezione di gin aromatizzati artigianali prodotti in una distilleria di un antico monastero del Sud della Francia, e trae ispirazione dall'omonimo uccello della Provenza, che si nutre di frutti e foglie.*

*Gli ingredienti chiave vengono raccolti dai migliori terroir della regione, dove splendono il sole e la natura. La miscela di frutti succosi e piante aromatiche crea gin originali, rinfrescanti e molto gourmet che esaltano i sensi!*



Distribuito in esclusiva da

 **doreca**  
beverage district

Un **amaro** così  
poteva nascere  
solo in Puglia.



**AMARO PUGLIESE**

**FIUME**



Cup è quello didattico che quest'anno ha riguardato la case history della distilleria Rossi d'Angera e un tasting dei suoi prodotti più rappresentativi che ha coinvolto tutti i partecipanti. Importante la rappresentanza aziendale di Rossi d'Angera che ha contemplato la presenza del board aziendale rappresentato da Nicola Rossi,

Marco Russotto, Simona e Barbara Kalin. Il tema delle ricette in concorso è stato il mito di Marilyn Monroe, figura iconica dello star system e grande appassionata di cocktail, tema coniugato in diversi modi dai bartender partecipanti. Ispirandosi ai film, alla vita e agli hobby dell'attrice, i bartender si sono espressi attraverso ricette,

**COMPETITION**  
 IN ALTO GLI ORGANIZZATORI. QUI SOPRA DANIELE MARINI PREMIATO DA BARBARA KALIN. A SINISTRA NICOLA ROSSI, PAOLO MASCARUCCI E GIGI MORCIANO.

## COMPETITION

A DESTRA IL VINCITORE DEL PREMIO REAL FEDERICO LUCA.

IN BASSO CHRISTOPHER ROVELLA PREMIATO DA MARCO RUSSOTTO.

SOTTO DA SINISTRA STEFANO TALICE, NICOLA ROSSI, PAOLO MASCARUCCI, DOMENICO CASSANELLI E GIGI MORCIANO.



tecniche di esecuzione e presentazione.

La giuria tecnico-degustativa ha visto protagonisti un pool di bartender: Jimmy Bertazzoli, Riccardo Marinelli, Francesco Cione e Nicola Ruggiero. Danilo Bellucci, uomo di pubbliche relazioni e comunicazione, da decenni vicino al bartending italiano, ha giudicato comunicazione ed esteti-

ca di partecipanti e drink. Oltre alle giurie, il rituale della Pepper Cup può contare su Paolo Mascarucci, direttore di concorso e decano dell'ospitalità romagnola con una lunga carriera presso le più prestigiose casate alberghiere svizzere, Fabio Bacchi in rappresentanza di BarTales per la parte organizzativa ed educational, dallo stesso

THREE  
ARTISANAL



CENTS  
BEVERAGES

EST. 2014

THE REAL  
*Paloma*



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



@RONCOLONSALVADORENO  
@RUMRYE100

# RON COLÓN SALVADOREÑO



DISTRIBUTED BY PALLINI  
+ 39 06 4190344  
INFO@PALLINI.COM



## AWARD WITH EXCELLENCE

SAN FRANCISCO WORLD SPIRIT COMPETITION – 2020 GOLD  
ASCOTT – 2021 DOUBLE PLATINUM,  
BEST RUM (CLASS), BEST OVER PROOF RUM (CATEGORY) OF 2021  
BEVERAGE TESTING INSTITUTE – 2021 GOLD (92 POINTS EXCEPTIONAL)  
USA SPIRIT RATING – 2021 SILVER  
WINE ENTHUSIAST – 2021 93 POINTS OUTSTANDING  
DIFFORTS GUIDE – 5 STAR RATING  
NEW YORK WORLD WINE AND SPIRIT COMPETITION 2021 – DOUBLE GOLD,  
BEST OF CLASS: EXTRA-AGED RUM, BEST OF CLASS: OVERALL RUM  
CHINA WINES & SPIRITS AWARDS – 2021 GOLD  
AMERICAN DISTILLING INSTITUTE – 2021 BEST HIGH PROOF RUM

DRINK RESPONSIBLY



**COMPETITION**  
IL GRUPPO DEI  
CONCORRENTI.

Gigi Morciano e da Martina Aratari, resident bartender del Pepper. Quest'anno l'evento è stato presentato da Stefano Talice, altro nome conosciuto della bartending industry italiana.

La rappresentanza di bartender presenti alla Pepper Cup consta di uno zoccolo duro che partecipa all'evento sin dalla prima edizione, e da altri esperti bartender che insieme a debuttanti, più e meno noti, più e meno preparati, si confrontano con uno spiccato spirito amicale e partecipativo esibendosi tra tintinnare di bicchieri, stilistiche stirrate, ritmiche shakerate, jiggering e pouring.

Altro aspetto caratterizzante della Pepper Cup è il coinvolgimento del pubblico che frequenta il Pepper Bar. Non un momento dedicato a soli addetti ai lavori dunque, ma una festa del cocktail che coinvolge anche appassionati consumatori, l'essenza di un bar. Tra questi anche

figure rappresentative dell'industria dell'ospitalità della Riviera, maitre, sommelier e personaggi che da sempre animano la locale industria turistica.

In un'atmosfera evidentemente carica di pathos, il giudizio della giuria ha decretato vincitori nell'ordine: il pugliese Domenico Cassanelli, il marchigiano Daniele Marini e il piemontese Christopher Rovella, quest'ultimo presenza quasi fissa alla Pepper. Un altro pugliese, Lorenzo Incarnato, si è aggiudicato il premio estetico mentre il premio speciale ReAI è stato vinto dal resident bartender Federico Lucà.

La lunga giornata si è conclusa dunque con la ricca premiazione, con trofei e prodotti per tutti i concorrenti partecipanti. La classica atmosfera del Pepper ha accompagnato la fine di questa festa del bartending durante la quale tutti si sono dati appuntamento all'anno prossimo.

**Giulia Arsellì**







## LE RICETTE VINCENTI

### 1° CLASSIFICATO

#### MARYLIN 47

di Domenico Cassanelli – Botanicals & CO2  
– Bisceglie (BA)

#### INGREDIENTI

- 2,5 cl Doppio Cedro Rossi d'Angera
- 2,5 cl liquore al carciofo
- top Ginger Ale JGasco

Tecnica: build.

Bicchiere: rock.

Guarnizione: foglia di carciofo

### 2° Classificato

#### M.M.-THE JEAN GENIE

di Marini Daniele – Chalet Iguana – S.B. Del Tronto (AP)

#### INGREDIENTI

- 4,5 cl Vodka Oodaaq
- 2 cl Agrumio - Rossi d'Angera
- 2 cl sweet & sour
- 1,5 cl Real Raspberry
- 4/5 gocce foamer
- Sodarosa Evia J. Gasco;
- Vaporizzazione di bergamotto

Tecnica: shaker. Bicchiere: Fancy. Guarnizione: arancia

### 3° Classificato

#### POP A NEGRONI

di Christopher Rovella – FIB Piemonte

#### INGREDIENTI

- 30 ml Gin Hemp Rossi D'angera
- 10 ml Spitz Rossi D'Angera
- 20 ml Persichina & Vermouth Rossi d'Angera (70% 30%)
- 30 ml Bitter Rossi D'Angera

Tecnica: stir over chunk. Bicchiere: Tumbler.

Guarnizione: ostia pop art Marilyn Andy Warhol

### Premio Estetica

#### NORMA JEANE

di Lorenzo Incarnato – The Hangover – Stornara (FG)

#### INGREDIENTI

- 10 ml Amaro Del Lago Maggiore Rossi d'Angera
- 20 ml Spitz
- 45 ml Bourbon Whisky
- 25 ml succo di limone
- 10 ml salsa di prugna
- 10 ml sciroppo di Pop Corn

Tecnica: shake and double strain. Bicchiere: Collins.

Guarnizione: zest di arancia



## PARTECIPANTI PEPPER CUP 2022

ARTIOLI ALEX BOLOGNA  
BARCA GIANCARLO ALESSANDRIA  
BAVARO MATTIA BARI  
BLENDI VOGLI VERONA  
BRIZZOLESI GIANLUCA PIACENZA  
CASSAN MATTEO VENEZIA  
CASSANELLI DOMENICO BISCEGLIE (BA)  
CESENA TIZIANA PIACENZA  
DE NARDIS ALESSANDRO RICCIONE  
GIORGI ANGELICA CESENATICO  
GOODORAH PRIYANKA PIACENZA  
GRASSI GLORIA BOLOGNA

GUAGLIARDO MICHELE RAVENNA  
INCARNATO LORENZO STORNARA (FG)  
ISMENGI FRANCESCO MACERATA  
LUCA' FEDERICO RICCIONE  
MARINI DANIELE S.B. DEL TRONTO (AP)  
MESSINA ELIA PIACENZA  
MITRICA MARINA DANIELE RICCIONE  
MOSCONI ANTONIO TERAMO  
PEVERI GIADA PIACENZA  
REPETTI GIONATA PIACENZA  
ROVELLA CHRISTIOPHER NOVI LIGURE (AL)



Scopri il progetto.



Bevi responsabilmente.



# HOUSE OF COCKTAIL NATY'S

Pioniera nel fornire al settore Ho.Re.Ca gli ingredienti per cocktail, dal 1963 **Naty's** è un punto di riferimento in Italia per la soddisfare le esigenze dei bartender professionisti e degli appassionati di mixology.

Esperti di frutta, Natys's è stata la prima azienda a introdurre sul mercato il succo di pompelmo e di cramberry che, insieme al succo di pomodoro, sono ormai dei "must" per gli addetti ai lavori.

Oggi Natys è un'azienda a conduzione familiare i cui componenti continuano con passione e attaccamento genuino a perseguire le esigenze evolutive degli operatori dell'ospitalità. I succhi di diversi gusti tropicali, gli sciroppi e i liquori Naty's sono prodotti con materie prime di qualità, meticolosamente scelte da diverse zone del mondo, dalle piantagioni sudamericane a quelle dell'Estremo Oriente.

Nel 2020, in periodo di pandemia da Covid-19, l'azienda dello storico marchio milanese ha dato vita al progetto **House of Cocktail**, una linea di cocktail **Ready To Drink**, per dare un contributo concreto alla comunità del bartending e ai bar con quello che di fatto è stato il primo cocktail delivery che lavora al fianco del bartender.

Il progetto House Of Cocktail, è stato realizzato con la collaborazione di un team di bartender e di enologi con decenni di esperienza. La particolarità del progetto House of Cocktail prevede che ogni locale, senza alcun costo o minimo produttivo, possa personalizzare il prodotto con il proprio marchio e di ricevere una royalty per ogni drink venduto, senza doversi occupare della gestione del magazzino, dei pagamenti online o delle spedizioni, che sono gestiti interamente dalla piattaforma del sito. L'intento è quello di semplificare il Drink Delivery come inteso dagli operatori di settore, rispettando le normative circa gli ingredienti e la conservabilità, e in particolare della gestione del contrassegno di Stato.

Questa linea di RTD è preparata in piccoli lotti, in un prestigioso liquorificio del Friuli Venezia Giulia. La gamma made in Italy di RTD House of Cocktail propone sei grandi classici: **Negroni, Mi-To, Martini, Manhattan, Boulevardier e Cosmopolitan**. Le ricette, create con craft spirit, succhi premium e senza conservanti, sono disponibili in bottigliette di vetro da 100 ml.

Oggi questa linea ha trovato il suo spazio nella categoria e si propone anche in una elegante **gift box**, molto apprezzata dalle enoteche, che contiene le sei bottigliette di cocktail classici, due bicchieri tumbler bassi, una bustina della linea Botanica di frutta disidratata o spezie e le cartoline House of Cocktail con le ricette.

L'intento di Naty's è quello di mettere a disposizione dei bar e dei consumatori prodotti realizzati con ingredienti di qualità seguendo le migliori ricette.





# AMARO REALE

Camatti, l'aromatico che ha conquistato il mondo

DI ANTONELLA PAOLINO

**R**ecco, ridente cittadina della riviera di Levante, in Liguria, è famosa per la sua focaccia, tipicità alimentare che in regione è un'istituzione.

La storia di questa focaccia con il formaggio riporta al tempo delle invasioni saracene che devastavano le coste liguri costringendo i contadini ricchi a rifu-

giarsi sempre più nell'entroterra. Avendo a disposizione acqua, farina, olio e formaggio, i contadini inventarono questa focaccia rimasta nel patrimonio delle tradizioni liguri.

Alla fine dell'800 sorsero le prime trattorie, la focaccia con il formaggio fu inserita nei menù del tempo ma veniva servita solamente nel periodo della ricorrenza

dei morti. Agli inizi degli anni '50, con lo sviluppo del turismo, questa focaccia divenne una delle specialità più richieste dai turisti e, di conseguenza, gli osti e i panettieri, iniziarono a servirla tutto l'anno.

Ma Recco, per il bartending, è conosciuta per essere la culla di uno dei più celebri amari liguri. Inizio anni '20 del secolo scorso. A Recco il chimico livornese Umberto Briganti e suo figlio Cesare, nel 1924 avviano la produzione di un liquore da loro elaborato: l'Amaro Camatti. Camatti è il cognome da nubile della moglie di Umberto Briganti. La ricetta: erbe, fiori e radici infusi in alcol e distillati e zucchero caramellato sapientemente assemblati in un laboratorio che godeva dell'influenza della brezza marina.

In quegli stessi anni, nella vicina Lavagna, in un piccolo liquorificio di nome Ballerini si presentò al lavoro un ragazzo per imparare il mestiere. Quel ragazzo si chiamava Giovanni Bergamini e cominciò a prendere dimestichezza con gli attrezzi da lavoro: alambicchi, recipienti di rame stagnato, mortai, torchi e setacci. Il giovane era animato da una passione che lo avrebbe accompagnato tutta la vita, poi trasmessa al figlio Enzo.

L'Amaro Camatti cominciò a vivere il suo successo grazie all'apprezzamento del mercato locale e nel 1935 arrivò il più alto riconoscimento che un'azienda potesse ricevere al tempo, il merito di essere designato quale "fornitore della casa di Sua Altezza Reale il Principe di Piemonte" e il privilegio di poter esporre lo stemma principesco sull'insegna dell'azienda.

Amaro Camatti fu pubblicizzato come efficace rimedio contro il mal di mare e ottimo digestivo. Era un periodo in cui il



**PERSONAGGI**  
UMBERTO  
BRIGANTI CON  
SUA MOGLIE.





porto di Genova era già molto importante per il mercato marittimo e numerose erano le navi in partenza per l'America, motivo per cui l'Amaro Camatti divenne

molto popolare tra gli equipaggi.

Gli anni bui della Seconda Guerra Mondiale colpirono anche lo stabilimento dell'Amaro Camatti che, requisito co-



**PALLINI**

dal 1875



BEVI RESPONSABILMENTE





me base militare dalla Divisione Alpini Monterosa e da soldati tedeschi, dovette cessare la produzione. Dopo la guerra la produzione e gli affari ripresero con successo. Alla guida aziendale vi era ancora Umberto Briganti e così sarebbe stato sino al 1964, anno della sua scomparsa. L'eredità aziendale passò quindi al figlio Cesare che continuò la produzione

insieme a suo figlio sino al 1989, anno in cui il marchio fu ceduto alla Distilleria Sangallo. Questa azienda era di proprietà di Enzo Bergamini, figlio di Giovanni che

# ERBE & RADICI

Regno: Plantae  
Famiglia: Rubiaceae  
Genere: Cinchona  
Specie: China



ni nostri, tramandandosi con passione sino ai tempi attuali in cui gli amari italiani hanno acquistato nel mondo la dignità dei grandi distillati.

La Sangallo Distilleria delle Cinque Terre era un'azienda a conduzione familiare nata nel 1964 a San Colombano Certenoli, in provincia di Genova, dove l'Amaro Camatti è oggi prodotto. Il procedimento di produzione di Amaro Camatti, la cui formula è gelosamente custodita dalla famiglia Bergamino, prevede infusione e macerazione in alcol delle materie prime tra cui genziana maggiore, menta, noce moscata, cannella, arancio amaro, chiodi di garofano, mandorla, corteccia di china. I tempi di estrazione dei principi aromatici variano a seconda dell'ingrediente. Dopo decantazione in botti, o tini di acciaio, e filtrazione, viene aggiunto uno sciroppo dolce di acqua e zucchero e dopo un breve riposo l'Amaro Camatti è pronto da bere.

Il tenore alcolico di Amaro Camatti è contenuto in 20° e questo lo rende estremamente performante. Infatti questo amaro vecchia scuola si presta a essere consumato come aperitivo o dopo pasto, neat o con ghiaccio ed è molto brillante in miscelazione. Non ha l'intensità tipica di un amaro e si presta molto al consumo con i sodati. Il suo profilo aromatico esalta note di spezie e frutta secca, un tono di eucalipto, fine e amabile è in perfetto equilibrio con il palato che si lascia conquistare dalla sua freschezza, con un corpo speziato e lussuoso.

La produzione di Amaro Camatti oggi è seguita da Stefano Bergamino e Marco De Marchi, è il prodotto più importante della Distilleria Sangallo ed è esportato in Europa, America e Australia.

**Antonella Paolino**



*Grande Specialità Genovese*  
*"Amaro Camatti"*

## AMARO-CAMATTI

LIQUORE - APERITIVO

SPECIALITÀ DELLA CASA

**UMBERTO BRIGANTI**  
GENOVA

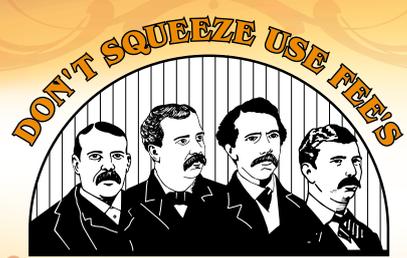
MARCA DEPOSITATA

abbiamo incontrato sopra.

Da liquorista a liquorista la tradizione dell'Amaro Camatti è arrivata sino ai gior-



Importato e distribuito da Compagnia dei Caralbi - [www.compagniadecaralbi.com](http://www.compagniadecaralbi.com)



SINCE 1863

*Fee Brothers*

**BITTERS**

# ROUNAGLE WHISKY

**L**a distilleria Rounagle si trova a Larroque sur l'Osse, vicino la città di Condom. Siamo nel Nord Ovest della Francia, in Ténarèze, territorio Appellation Armagnac dove il nobile distillato si produce da centinaia di anni. Oggi la tenuta agricola di Rounagle conta 23 ettari coltivati a vigneto e 10 dedicati all'agricoltura biologica. Il suolo argilloso calcareo permette la coltivazione di vini bianchi aromatici molto indicati per la distillazione di Armagnac.

Nel mese di ottobre 2015, subito dopo la vendemmia, Hugues Amesland, già CEO di Armagnac Samalens, comprò tenuta e distilleria Rounagle al tempo proprietà di due fratelli che producevano distillati di vino ma solo per il blending. È così che Hugues ha scoperto e acquisito il Rounagle: mentre comprava degli Armagnac per il blending. Durante i sei anni presso Armagnac Samalens, Hugues Amesland ha sperimentato i lavori di distiller e négociant e ha avu-

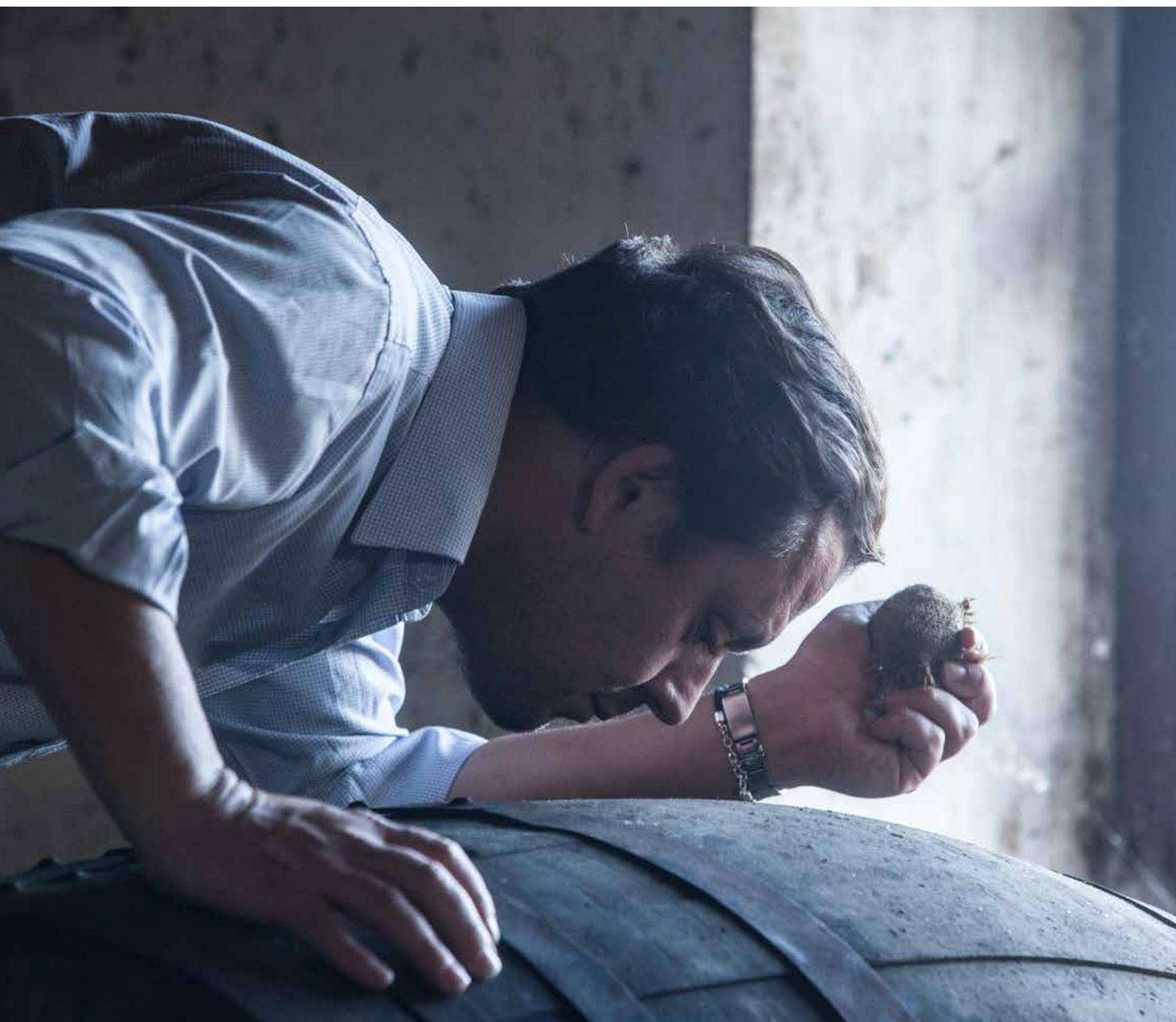


to la possibilità di imparare da Pierre Samalens i segreti del Bas-Armagnac e da Robert Leaute, già maitre de chai di Remy Martin, l'arte del blending.

Dalla loro esperienza Hugues Amesland ha avuto modo di apprendere la conoscenza e l'arte della distillazione che si tramanda da generazioni, praticamente tutto ciò che riguarda il celebre distillato francese. Intraprendendo la sua nuova avventura Hugues Amesland decise di condensare storia, arte vitivinicola e conoscenza tecnica per realizzare qualcosa di straordinario.

Gli Armagnac Rounagle, fruttati e espressivi, sono ottenuti dalla distillazione di Ugni Blanc e Colombard, la distilleria ha un unico alambicco a di-





stillazione continua ma il piano di rinnovamento prevede l'arrivo di altri due impianti. Accanto agli Armagnac, Hugues Amesland, amante dell'agricoltura più naturale e rispettosa dell'ambiente, ha avviato una produzione di vini biologici.

Ma il vulcanico uomo non si è fermato qui. In passato abbiamo già scritto del movimento del Whisky in Francia che sta facendo passi da gigante e si sta conquistando uno spazio importante in quella che è considerata la patria

dei più nobili distillati di vino. I francesi amano il Whisky e i report analitici indicano in circa 200 milioni di bottiglie l'anno il consumo nazionale di Whisky. Molto interessante dunque è la crescita della produzione. Oggi sono più di 50 le distillerie che producono Whisky in Francia.

Il paese ha tutto ciò che necessita per la produzione di Whisky di qualità. Le sue coltivazioni di cereali, orzo e frumento ne fanno uno dei player mondiali;



l'esperienza nella maltazione acquisita con un'antica tradizione brassicola è ineccepibile; l'arte della distillazione è presente da sempre con migliaia di alambicchi fumanti sparsi su tutto il territorio nazionale; il pregiato legno delle foreste lavorato da celebri bottai è invidiato da tutto il mondo; non da ultimo l'eccezionale conoscenza della pratica di invecchiamento dei distillati e del loro assemblaggio.

Da attento osservatore del fenome-

no Hugues Amesland ha deciso di produrre Whisky presso la sua distilleria. Presente all'ultima edizione di Como Whisky Week abbiamo chiesto al suo produttore le caratteristiche di Roundle Whisky.

Nel novembre 2015 Hugues ha seminato a orzo, varietà orge prestige, una parte dei suoi terreni e a luglio dell'anno successivo lo ha raccolto. Da quell'anno la semina di orzo avviene con regolare cadenza. La maltazione dell'orzo è ef-



fettuata in un vicino birrifico bio, mantenendo il gusto dell'orzo il più naturale possibile. La fermentazione avviene in

tini di acciaio ed è compresa tra gli 8 e 10 giorni a temperatura ambiente.

Distribuito da Meregalli Spirits, è arrivata in Italia la prima release di Rounagle Single Malt Whisky. Distillato nel 2017 e imbottigliato il 19 settembre di quest'anno Rounagle 5 yo si presenta con l'identità di un farm Whisky, particolarità che affascina i Whisky lover di tutto il mondo. Anche l'invecchiamento avviene in distilleria e le botti sono di quercia nuova locale. Le botti hanno capacità di 400 litri ma vengono riempite per 250 litri per massimizzare l'ossidazione.

Ambrato con riflessi dorati, Rounagle 5 yo al naso esprime notevole intensità nel quale i sentori di legno precedono quelli dell'orzo maltato che poi lasciano spazio a toni fruttati e leggermente floreali. All'assaggio Rounagle 5 yo è in perfetto equilibrio con l'olfatto. I 40° non sovrastano le note gustative che, anzi, si elevano in perfetto automatismo. Di nuovo il legno, poi i cereali e quindi le note fruttate. Elegante e asciutto lascia percepire frutta secca e toni di caramello e si esprime con un finale lungo e persistente.

L'entusiasmante tasting ci ha convinto che questa artigianale prima produzione di nicchia andrà subito esaurita tra gli amanti del Whisky.

La rinata distilleria Rounagle si affianca dunque ad altre piccole bellissime realtà che perseguono l'evoluzione del Whisky in terra di Francia. La distilleria Rounagle ha tutto ciò che serve per realizzare grandi prodotti e con il suo radicato senso per il terroir, Hugues Amesland ci riserverà grandi sorprese. I distillati Rounagles sono distribuiti in Italia da Meregalli Spirits.



**ALPEX  
SPRITZ**

**LO SPRITZ  
ANALCOLICO**



## **L'APERITIVO DEL MOMENTO. A TUTTE LE ORE.**

Tutto il gusto del classico Spritz in un aperitivo analcolico di alta qualità.  
Si chiama Alpex Spritz e porta con sé il piacere di stare bene con gli amici.  
Si beve nel ballon con ghiaccio e fetta d'arancia o scorza di pompelmo.  
E soprattutto, è buono a qualunque ora.

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

 @alpex\_drinks

by **TLOSE**



# AMBASCIATORI DI GUSTO

## Nardini, la tradizione più antica che sa farsi innovazione

DI ALESSANDRO PALANCA

**L**a storia delle Distillerie Nardini ha inizio in un paese gioiello incastonato nel cuore del Veneto. È una storia che ha un sapore antico ma sempre attuale, un bouquet di tradizione e valori umani, di identità e territorio, di cose e persone che sono la memoria storica della spirit industry italiana.

Una storia che prosegue ancora oggi e che racconta la tradizione della Grappa in

Italia e nel mondo. È la storia del distillato nazionale e del suo storico ambasciatore, la Distilleria Bortolo Nardini, la più antica in attività in Italia.

Il 16 aprile 1779, epoca della Serenissima Repubblica di Venezia, un distillatore della Val di Cembra, Bortolo Nardini, fondò a Bassano Veneto, poi Bassano del Grappa, una distilleria con annessa “Grapperia” dotata di un alambicco in pianta sta-



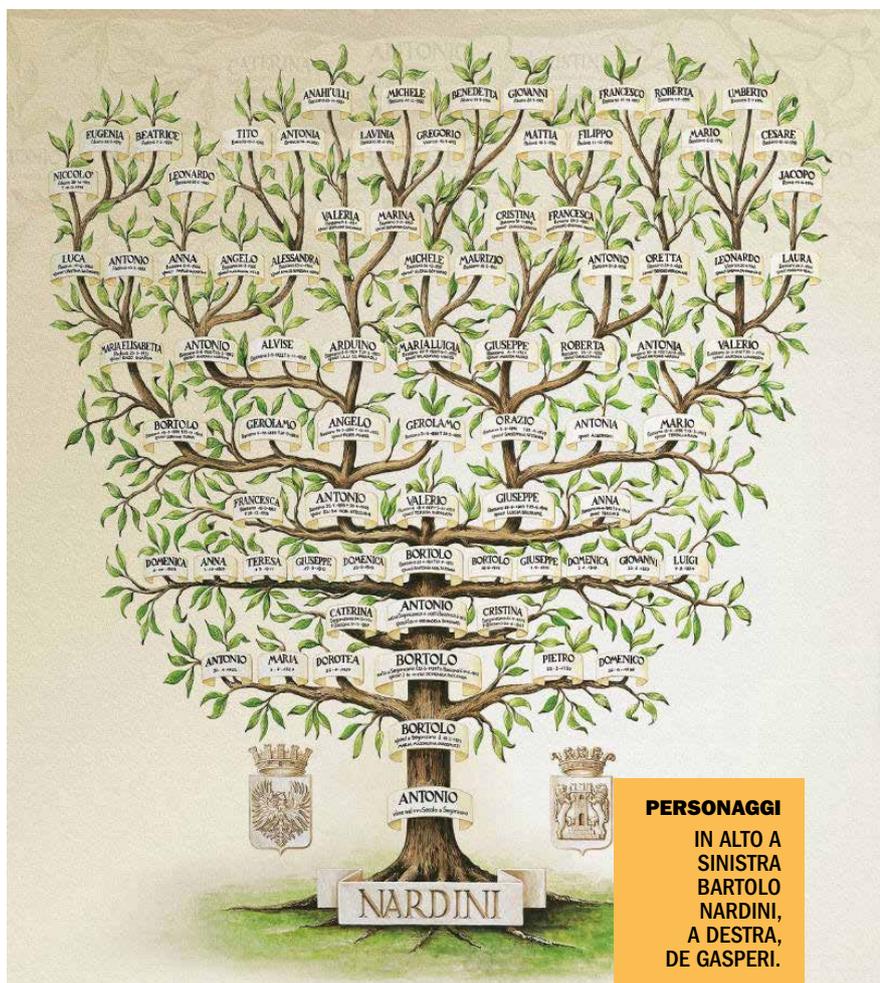
**Bortolo Nardini**



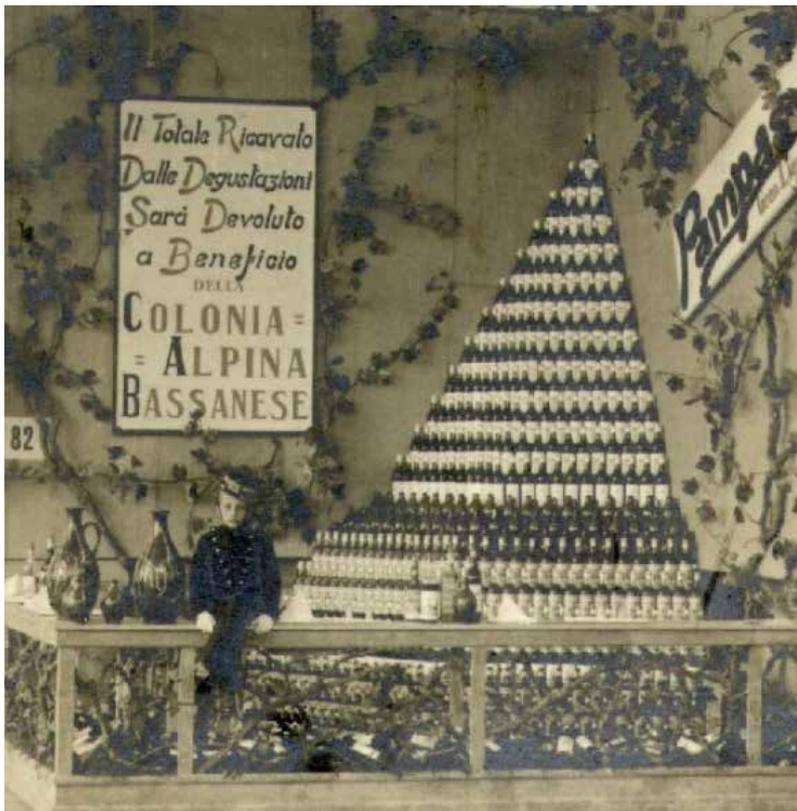
bile. La Val di Cembra era una zona nella quale la distillazione era diffusa da secoli. Bortolo Nardini acquistò i locali che ospitavano l'Osteria del Ponte e ne fece sede delle sue attività.

Il tempo dei distillatori erranti con alambicco mobile su carro iniziava il suo declino. Da quel momento iniziava l'era in cui non sarebbero stati più i distillatori a recarsi dai contadini per distillare, ma i contadini stessi a conferire le vinacce per la produzione di Grappa.

Bortolo Nardini aveva un preciso obiettivo: innovare l'arte della distillazione e diffonderne la cultura. Nacque la Grappa Nardini, che Bortolo chiamò "Aquavite di vinaccia", alla maniera latina senza la "c", giocando sull'etimologia che la vuole a volte "aqua di vita" altre "aqua della vite". Un prodotto rimasto fedele nei secoli ai metodi di lavorazione artigianali, alla scelta della migliore materia prima e alla perfezione qualitativa, divenendo icona per eccellen-



**PERSONAGGI**  
IN ALTO A SINISTRA BARTOLO NARDINI, A DESTRA, DE GASPERI.



za della Grappa in Italia e nel mondo.

La Grapperia sul Ponte si trova ancora oggi all'ingresso del Ponte Vecchio disegnato da Andrea Palladio. Il fiume che vi scorre sotto è il muto e fedele compagno

di un luogo fascinoso che dal 1779 ha visto susseguirsi i grandi cambiamenti della storia d'Europa. Annoverata fra i Locali Storici d'Italia, la Grapperia, affacciata sul fiume Brenta, è rimasta immutata nel tempo e regala ancora oggi un'atmosfera unica. Coloro che vi si recano si trovano immersi in un luogo trasversale e vivace dove assaporano la magia di un prodotto e della sua storia.

Dal 1779 Nardini è sempre stata un'azienda a conduzione familiare ed è membro dell'esclusivo club delle aziende familiari bicentinarie "Les Hénokiens". Nel 1860 avvenne un grande cambiamento tecnico. La tradizionale distillazione a fuoco diretto fu sostituita con quella ad alambicchi discontinui. La Grappa ne beneficerà molto in termini qualitativi e di costanza. Contemporaneamente la distilleria allarga la sua gamma di prodotti introducendo l'Acqua di Cedro, il Fernet e il Mistrà. Nel 1910 iniziarono gli esperimenti per le grappe invecchiate.

Le vicende della Grande Guerra non fer-

BEVI RESPONSABILMENTE



DOPO  
DI TUTTO,  
PRIMA  
DI TUTTO.



**SARANDREA**<sup>®</sup>  
LIQUORERIA-ERBORISTERIA  
— Collepardo dal 1918 —

COLLEPARDO (FR) Via D'Alatri, 3/b  
Tel. 0775.47012 info@sarandrea.it  
www.sarandrea.it

ADVSTUDIOPIGLIACELLI

# Passione Italiana



Non mi commuovevo così tanto dai tempo di Centovetrine.

@GINATONICA2000



Voto: PiùCinque. Capolavoro

@SONOMARIO



Finalmente il Fotoromanzo. è tornato.

PINO CARTONE-EDICOLANTE



Ridateci Tempesta d'amore.

@MARTINA

**Non perderti la prima puntata della insta-novela sul nostro Instagram. @piucinque**

BEVI RESPONSABILMENTE



marono la costante innovazione della Distilleria Nardini che nel 1919 introdusse la tecnica di doppia rettifica per donare maggiore purezza allo spirito. Nel primo dopoguerra l'azienda trasferì la produzione fuori dalla cinta muraria di Bassano. È questo l'inizio di una più moderna e ampia progettazione industriale del sogno del fondatore.

Il secondo conflitto mondiale con le sue restrizioni e tragiche conseguenze non arrestò il lavoro della distilleria. Il Ponte Vecchio di Bassano, distrutto durante un bombardamento, fu ricostruito e inaugurato personalmente da Alcide De Gasperi il 3 ottobre 1948. Lo statista compì il rituale gesto con una bottiglia di Grappa Nardini, un momento in cui si suggellò il legame tra Nardini e il territorio.





#### PERSONAGGI

LA REGINA  
MADRE  
ELISABETTA,  
MOGLIE DI RE  
GORGIO VI.

Un mondo con voglia di ritrovarsi e dimenticare le restrizioni della guerra fece aumentare la domanda di Grappa. Questa incontrò anche gli amanti dei distillati invecchiati grazie alla Grappa Riserva invecchiata in botti di rovere di Slavonia. Nello stesso tempo si affinano le produzioni di liquori tra cui uno dalle origini curiose, la Tagliatella, nato dalla miscelazione, il “taglio”, di vari prodotti Nardini conservati in giare di rame.

L'ennesimo riconoscimento di eccellenza italiana raggiunto dalla Grappa si ebbe in occasione dell'incoronazione di Elisabetta II d'Inghilterra nel 1953, quando la Regina Madre Elisabetta, moglie di Re Giorgio VI, scelse di offrire Grappa Nardini durante il ricevimento regale. Se apoteosi doveva essere così fu.

Nel 1963 l'azienda introdusse la distillazione sottovuoto, un processo svolto a basse temperature che impedisce il surriscaldamento delle vinacce con grande vantaggio per il profilo aromatico. Contemporaneamente fu inaugurato un nuovo impianto produttivo alle porte di Bassano. Oggi le Grappe Nardini sono un blend di spiriti ottenuti dalla distilleria di Bassano, che utilizza il metodo a caldaiette, e da quella di Monastier, Treviso, che opera con distillazione a ciclo continuo. La distilleria utilizza vinacce di uva a bacca rossa, Cabernet Sauvignon e Merlot, e a bacca bianca, Pinot Bianco e Pinot Friulano. Nella distilleria di Bassano vi è anche l'avanzatissimo laboratorio di analisi.

Nardini è da sempre vicina alla storia e alla cultura del paese in tutte le sue rappresentazioni. Per celebrare i 225 anni di

—RON—  
**Malteco**  
SUAVE DE PANAMÁ

*The Excellence  
of an Intense Pleasure*



BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

*Discover  
our entire  
range*



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





IOVEM.IT

#BEVIVIOLA



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



The purple nectar, to drink blended

drink responsibly

propaganda3.it



attività, nel 2004, fu inaugurata Le Bolle, moderna opera realizzata dall'architetto Massimiliano Fuksas, uno spazio nel quale raccogliere i visitatori e diffondere la cultura della Grappa in tutte le sue espressioni, durante eventi e avvenimenti di varia natura. Nello stesso anno fu presentata l'Aquavite di Vinaccia Riserva 15 anni.

Le Bolle è un luogo di ricerca che rievoca l'alchimia della distillazione e racconta il territorio e la sua potenzialità. L'opera sorge all'interno del parco aziendale progettato da Pietro Porcinai all'inizio degli anni '80.

La "Selezione Bortolo Nardini" comprende: Grappa Extra Fine, Grappa Riserva 3 anni, Grappa Riserva 7 anni, Grappa Riserva 15 anni. Selezionata scrupolosamente nella calata in botte dal maestro distillatore, Grappa Single Cask invecchia per 22 anni in una singola botte di rovere di Slovenia. Dal profilo complesso e delicato, ricco di sfumature, con evidenti sentori di vaniglia e leggere note floreali, si rivela sorprendentemente morbida al palato. Questa Grappa, dall'anima unica e preziosa e dal gusto pieno e raffinato, completa la linea ultra premium "Selezione Bortolo Nardini", frutto di un progetto ventennale che stabilisce una nuova soglia di quali-





tà per il distillato nazionale italiano con la scelta delle Grappe più morbide, profumate e delicate.

Oltre a Grappa, Nardini produce liquori, amari, aperitivi, è uno dei player più importanti nella bartending industry e i suoi programmi per la diffusione della Grappa in

mixology sono tra i più avanzati al mondo.

Distilleria Bortolo Nardini è italiana da sempre, con nostro grande privilegio, ha ottenuto premi e riconoscimenti in tutto il mondo. Per il bartending italiano è motivo di grande orgoglio.

**Alessandro Palanca**

## LE RICETTE

A cura di Mauro Uva – Fucina del Bere – Verona

### DON RAFFAE'

#### INGREDIENTI

- 1 ½ oz. Grappa Nardini Extrafina
- 1 ½ oz. cordiale limone e caffè

Tecnica: shake & strain.

Bicchiere: coppetta vintage.

Guarnizione: polvere di caffè

### VECCHIA MANIERA

#### INGREDIENTI

- 1 ¾ oz. Grappa Nardini Riserva 3 anni
- 2 gocce Amaro Nardini
- ½ oz. miele di castagno

Tecnica: build. Bicchiere: OF.

Guarnizione: zest di limone

DADESIGN.IT

Maraschino speciale  
tipo Perle Extra Dry

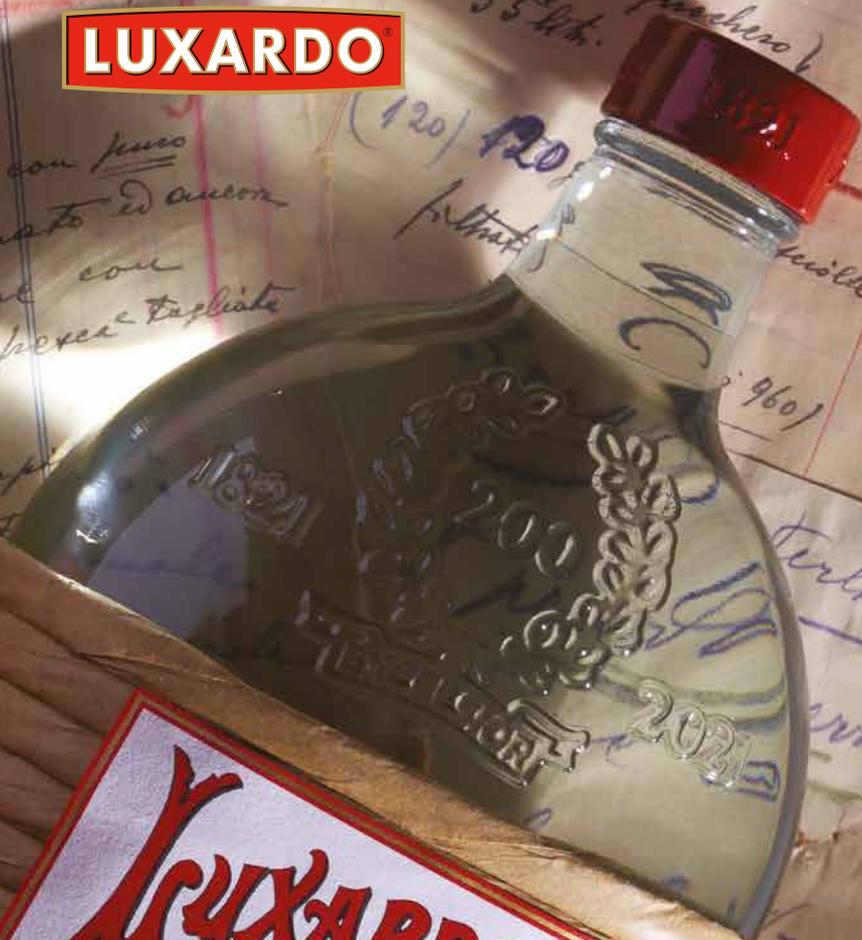
**LUXARDO**

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

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

ie si fermenta in  
del vino maras  
tenere il tin  
comple

196 kg. (marchese)  
55 litri.  
(120) 120  
f. (stati)  
miolate in 1/2 litri.  
'960)  
turli  
m  
75 litri de  
50  
no



BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILMENTE



f @ in

LUXARDO.IT





LUXARDO®



**LUXARDO**  
200 years 1821/2021

f @ in



LUXARDO.IT

BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILMENTE

# L'UNIONE FA LA FORZA

Quella di brand celebri in coppia  
con il bere consapevole  
Un sodalizio che ha fatto storia

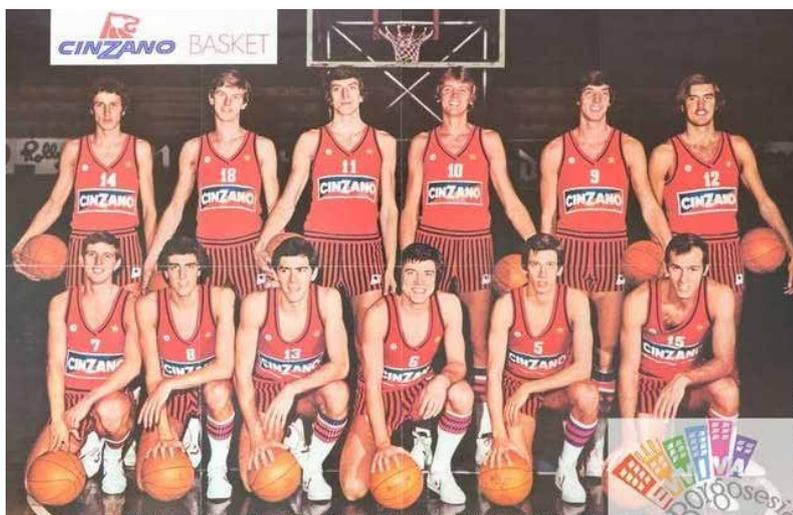
DI SARA DE MARCO

**B**ere fa bene allo sport? Sicuramente dal punto di vista delle sponsorizzazioni sì. Fin dai primi decenni del '900, i team e gli eventi sportivi sono stati pubblicizzati anche da bevande alcoliche. All'epoca l'obiettivo dei brand era quello di individuare il giusto target e di aumentare la visibilità, dal momento che le possibilità di farsi conoscere erano limitate alla carta stampata e alla radio, ma soprattutto l'intento era di legare il proprio marchio

ad attività salutari.

Tra i primi a unire la propria immagine allo sport troviamo Cinzano con un iconico poster del 1913: «Il Cinzano è corroborante, insuperabile prima e dopo ogni cimento sportivo!». Lo ritroviamo poi come sponsor delle squadre milanesi, quella femminile di calcio nel 1933 e quella maschile di basket negli anni '70. Nel 1986 sponsorizza la World Cup che si è svolta in Messico e nel 2007 conferma per l'ottavo anno consecutivo



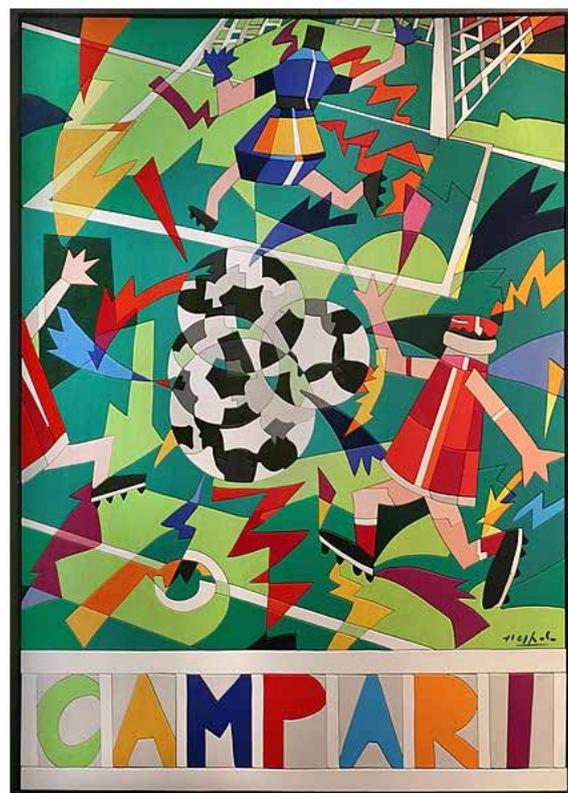


il suo coinvolgimento nel MotoGP come sostenitore del Gran Premio di San Marino e della Riviera di Rimini e nel Gran Premio di Catalunya. Un'unione quindi che funziona.

Il gruppo Campari, oltre a essere sponsor nel mondo dello sport con il marchio Cinzano, si ispira alle attività sportive con una campagna pubblicitaria del 1990 curata da Ugo Nespolo sul tema del calcio, rappresentando un vincente team Campari fatto di bottiglie di Campari e Campari Soda in occasione dei mondiali di calcio tenutisi in Italia. La campagna evidenzia il ruolo dell'aperitivo e di Campari come una delle grandi passioni del popolo italiano, al pari del calcio.

Di esempi ce ne sono tanti altri. Ne-





gli anni '40 il “campionissimo” Fausto Coppi pubblica la China Riccardi per le sue proprietà corroboranti realizzando delle foto-cartolina.

Se l'obiettivo di associare le bevande alcoliche ad attività sportive salutari è ancora valido, oggi sono però cambiate le dinamiche della comunicazione. I brand che sostengono società o eventi sportivi ora puntano allo storytelling, intendono cioè raccontare l'esperienza del bere consapevole ponendosi accanto al

consumatore, condividendo gli stessi valori e interessi.

Ne è un esempio il celebre produttore di champagne Moët & Chandon, simbolo dei festeggiamenti sportivi per eccellenza, che ha scelto fin dal 2012 il tenni-

**GREEN GROVE**  
ITALIAN NATURAL MIXERS



## GREEN GROVE GINGER BEER

Speziata e dissetante. Per far emergere le sue naturali caratteristiche, spremiamo a freddo lo **zenzero fresco** negli impianti di Antica Distilleria Quaglia, partner del progetto "Green Grove Mixers".

DISTRIBUITO DA GHILARDI SELEZIONI | [WWW.GHILARDISELEZIONI.COM](http://WWW.GHILARDISELEZIONI.COM)

# BARBA-TURICO

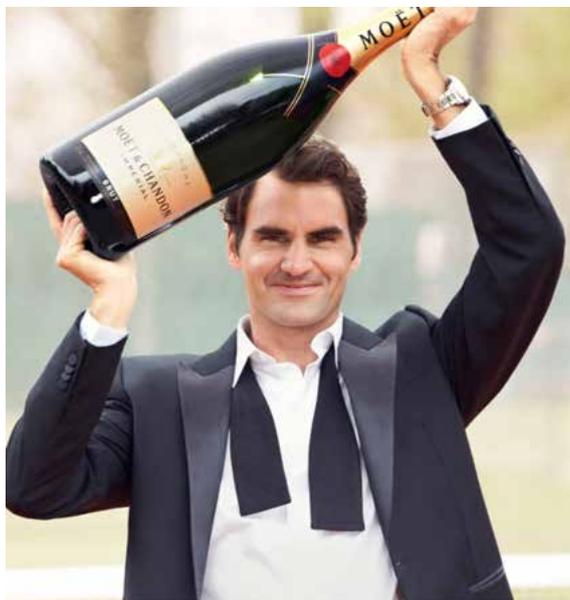
ELIXIR BALSAMICO



Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

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

BEVI RESPONSABILMENTE



sta Roger Federer come Global Brand Ambassador. Proprio in questi giorni la maison francese ha lanciato un invito a celebrare in tutto il mondo il campione nel momento in cui inizia un nuovo capitolo della sua vita dopo il recente addio al tennis professionistico. I fan possono pubblicare i propri auguri utilizzando hashtag creati per l'occasione. Un sodalizio, quello tra Moët & Chandon e Roger Federer, che dura nel tempo. La Maison è presente anche nel mondo della Formula 1 dove per lungo tempo ha accompagnato il percorso di McLaren.





Sulle piste della Formula 1, gli sponsor di bevande alcoliche sono stati molteplici, come Martini per la Williams, collaborazione terminata nel 2018, Vodka Smirnoff, Whisky Whyte & Mackay e Johnnie Walker vecchi sponsor della Force India. E se vogliamo dare uno sguardo al futuro, il marchio Jack Daniel's inizierà una partnership con la F1 della McLaren dal 2023, il logo sarà presente sulla vettura, sulla tuta e sui caschi dei piloti e dell'equipaggio presente ai box. McLaren e Jack Daniel's ospiteranno una varietà di eventi, attività media e hospitality per

ESTD 1824  
**Delamain**  
COGNAC



### DELAMAIN PALE&DRY

Ottenuto dal terroir di  
Bellevigne,  
Grande Champagne,  
la tecnica Delamain prevede  
l'aggiunta di acqua e del 15%  
in volume di vecchie acquaviti,  
chiamate "les faibles".

Affina in vecchi fusti di legno,  
senza zucchero e colore aggiunti.

**SIDECAR COCKTAIL**  
a base di Cognac,  
triple sec e succo  
di limone

BEVI RESPONSABILMENTE



# TAVRVS®

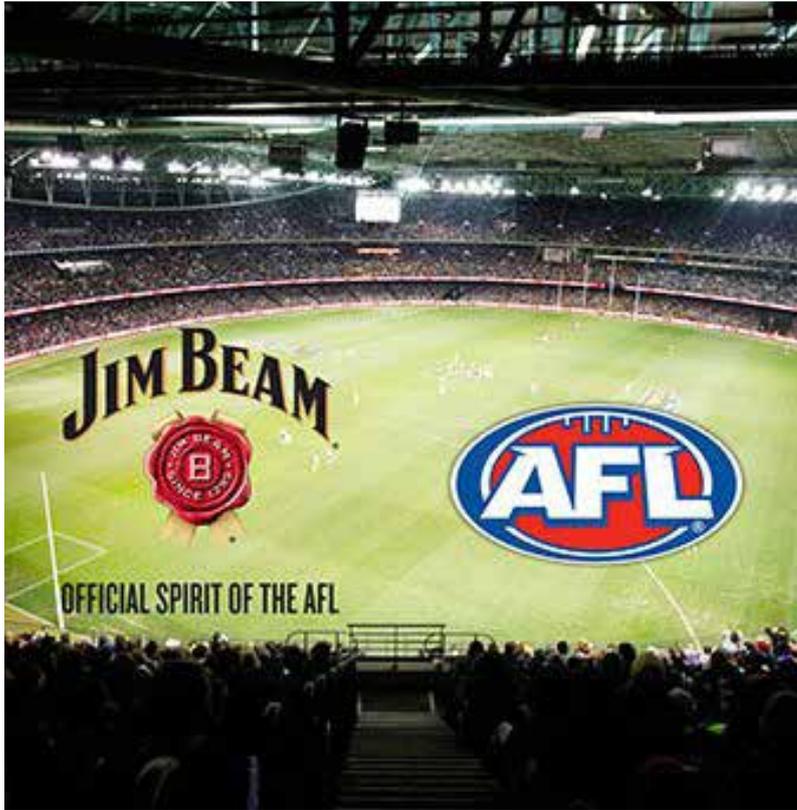
— THE FIRST ITALIAN BLACK GIN —



tutta la stagione 2023 di F1.

Di fatto, anche il Whisky ha la sua storia da raccontare e Chivas, Scotch blended Whisky, in partnership con la

squadra di calcio Manchester United, lo fa attraverso un cortometraggio dove a fondersi non sono solo le migliori miscele di malto e cereali ma anche le



**BRAND**  
 IN ALTO A  
 DESTRA STEFAN  
 EVERTS,  
 QUI SOPRA L  
 TEAM CINCORO  
 CON MICHAEL  
 JORDAN.

persone e lo sport. Girato a Los Angeles durante il tour pre-stagionale del club, il film è interpretato da giocatori della prima squadra del Manchester United che rivelano un lato spesso invisibile, mostrando la loro identità sia dentro che fuori dal campo.

Jim Beam invece, è attivamente coinvolto nel sostenere le squadre sia maschili che femminili di rugby e football

australiano annunciando sei nuove partnership, estendendo così la sua affiliazione di lunga data allo sport attraverso un impegno costante nella promozione del consumo responsabile di alcol. Attraverso i club e i giocatori trasmette questo messaggio in maniera efficace. Tra le partnership quella con NSW Blues recentemente annunciata, e con i team NRL Newcastle Knights, Parramatta Eels e Melbourne Storm, nonché con i West Coast Eagles, Port Adelaide e Richmond Tigers in AFL.

Ma il mondo dello sport non si ferma solo all'immagine, negli ultimi anni personaggi celebri hanno lanciato la loro linea di bevande. Nel 2019 Michael Jordan, ex giocatore della NBA, insieme ad altri quattro soci con una passione comune, presenta Cincoro: Tequila ottenuto da una selezione di agavi blu delle Highlands messicane dello stato di Jalisco. Stefan Everts, pilota motociclisti-



co belga specializzato nel motocross e vincitore di 10 titoli mondiali, al termine della sua carriera da centauro, matura la passione per i distillati. Nasce così la linea S72 di Gin e Vodka: iniziata con

la produzione di piccoli lotti da regalare ad amici e sponsor, è stata lanciata ufficialmente sul mercato nel 2017. David Beckham, nel 2014, ha lanciato Haig Club, un Single Grain Scotch Whisky, che



**PRODUTTORI**

IN ALTO DEREK JETER, IN BASSO A SINISTRA CONOR MCGREGOR, A DESTRA, DWAYNE JOHNSON.

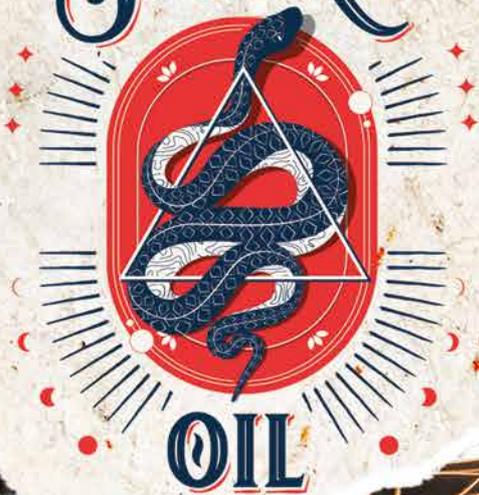
prende il nome dall'omonimo fondatore della distilleria Camronbridge dove viene prodotto.

Tantissimi altri nomi come Conor Mc-

Gregor (professionista di arti marziali) produttore del Proper Twelve Notorious Irish Whisky, Derek Jeter (giocatore di baseball) imprenditore finanziario della Bespoken Spirits o Dwayne "The Rock" Johnson (attore e wrestler professionista) con il lancio del Tequila Teremana, stanno contribuendo a cambiare il modo di associare le bevande alcoliche allo sport e di rendere questi due elementi una potenziale alleanza che contribuisce a veicolare il messaggio del bere consapevole.

**Sara De Marco**

# SNAKE



# OIL

# WANTED

BEVI RESPONSABILMENTE



## SNAKE IS NAKED

20 ML SNAKE OIL RIMEDI CIARLATANI,  
50 ML BLENDED WHISKY,  
10 ML DRAMBUIE,  
1 SPOON SUCCO DI LIMONE,  
3 DASH ASSENZIO, ESSENZA ALL'EUCALIPTO

"QUANTO BASTA" - LECCE

BARTENDER DIEGO MELORIO E GIUSEPPE VICINANZA

MAGISTRO CREATIV ASSOCIATI



## AMARO TONICO CORROBORANTE

[f](#) [@](#) @RIMEDICIARLATANI | [WWW.RIMEDICIARLATANI.IT](http://WWW.RIMEDICIARLATANI.IT)



# SPIRITO RELICARIO

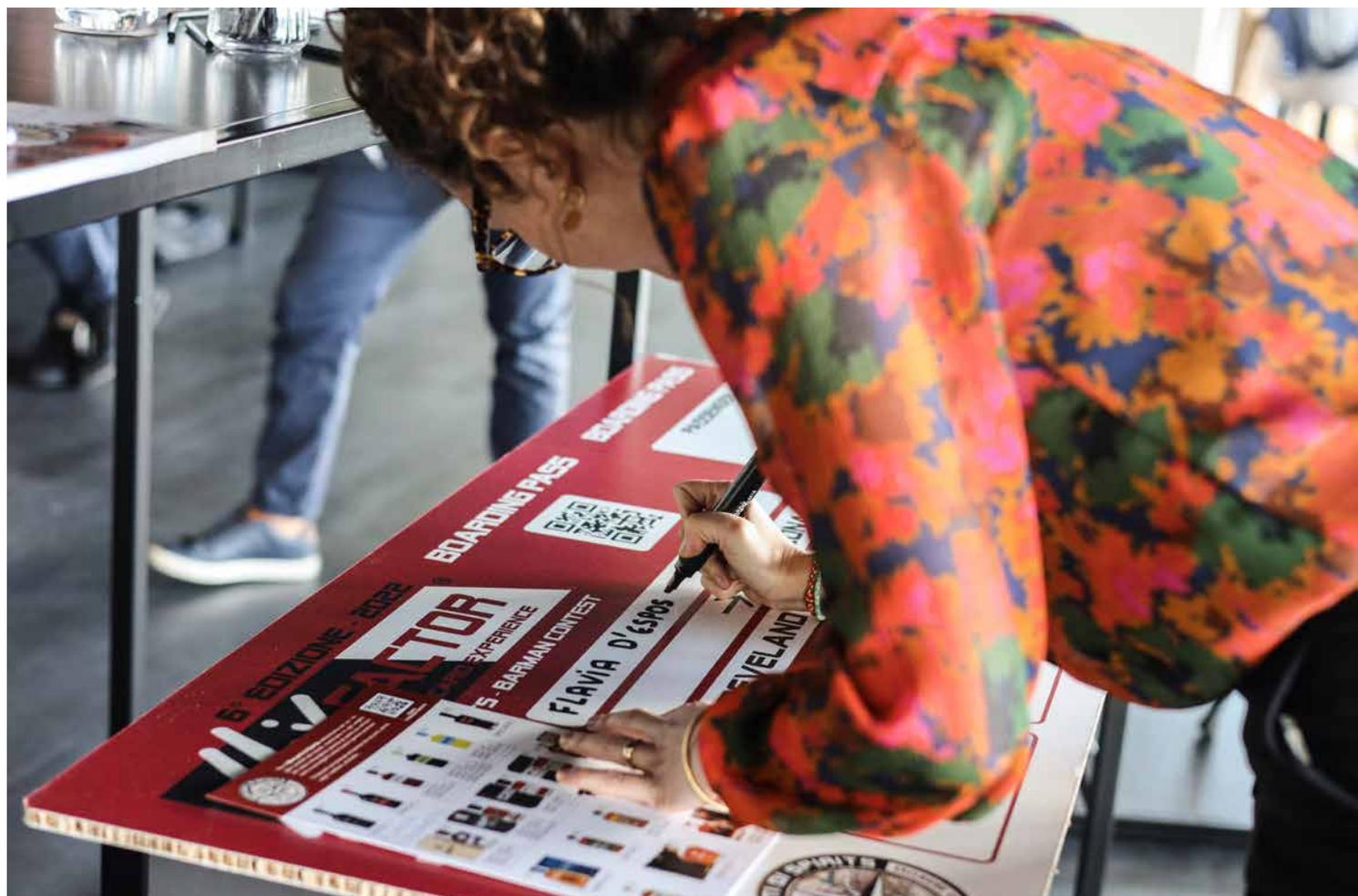
Tutto il potenziale del Ron dominicano nel mix vincente di Flavia D'Esposito

DI GIULIA ARSELLI

deato e promosso da Mercanti di Spirits, distributore nazionale di eccellenze food & beverage dall'Italia e dal mondo, la sesta edizione Mix

Factor, dopo due anni di stop forzato, si è svolta il mese scorso nella splendida location di Palazzo Petrucci a Napoli.

Main brand del cocktail contest che



mira a cercare nuovi talenti nell'arte della mixology è stato lo spirito dominicano Ron Relicario, di cui Mercanti di Spirits è partner italiano.

Molto interessante l'aspetto didattico che Mix Factor ha tra i suoi contenuti. Prima di confrontarsi tra loro tutti i partecipanti hanno avuto l'opportunità di



prendere parte alla Master Class “Ron Relicario Taste The Legend” a cura di Sophie Barbier, Trade Marketing & Brand Ambassador del gruppo spagnolo Beveland Group, durante la quale hanno potu-

to approfondire le diverse potenzialità in miscelazione dei Ron Relicario nelle sue quattro varianti.

**Ron Relicario Superior** (40°) è il risultato di una combinazione di Ron dominicani

# FLAMING PIG

IRISH WHISKEY

## INTENSO MORBIDO AFFUMICATO

Il blend di whisky irlandesi single malt e grain dal sapore ricco ed equilibrato, dalle note speziate e decise conferite dalla maturazione di sei mesi in botti di bourbon extra-carbonizzate.

Legnoso e caramellato, il prodotto perfetto per l'after dinner.

[www.vanguard.com](http://www.vanguard.com) @vanguardclub\_it



Bevi responsabilmente.



VANTGUARD  
COLLECTION

Flaming Pig è un marchio del Gruppo Vanguard. In Italia è importato da Compagnia dei Caraibi.



tra i 5 e i 10 anni invecchiati nelle condizioni climatiche ideali della Repubblica Dominicana.

**Ron Relicario Peated Finish** (40°) è una evoluzione di Ron Relicario Superior ulteriormente invecchiato in botti provenienti dalla rinomata regione scozzese dello Speyside che hanno contenuto spiriti torbati.

**Ron Relicario Vermouth Finish** (40°) è una interessante evoluzione di Ron Relicario Superior, affinata per ulteriori 6 mesi in botti ex-Vermouth piemontese.

**Ron Relicario Supremo** (40°) è una eccezionale release risultato di una combinazione di Ron dominicani invecchiati tra i 10 e i 15 anni in Repubblica Dominicana.

All'edizione 2022 di Mix Factor Relicario Experience hanno partecipato otto bartender finalisti precedentemente selezionati da una giuria tecnica altamente qualificata. Presentati da Stefano Talice, i bartender hanno sfoggiato tecniche e

conoscenze merceologiche per la realizzazione di una ricetta che doveva contenere una delle quattro referenze dei Relicario Ron. A disposizione anche il vasto catalogo di referenze prodotte e distribuite da Mercanti di Spirits in Italia.

Ogni partecipante aveva sette minuti a disposizione per creare il drink vincente e decorarlo con eleganza, lasciandosi ispirare dal tema della competition "Sacro & Profano" per convincere la giuria composta dal giudice tecnico Fabio Bacchi e da sei giurati degustatori:

- Sophie Barbier | Beveland Marketing Manager
- Mario Farulla | Bar Manager
- Marco Emanuele Muraca | Beverfood.com General Manager
- Gianluca Avallone | Mercanti di Spirits Founder
- Mariano Minieri | MixFactor Winners
- Pasquale Gazzillo | Mercanti di Spirits Ambassador

La vincitrice è risultata essere la gio-



**COMPETITION**

IN ALTO, I  
CONCORRENTI.  
IN BASSO LA  
GIURIA.



vane bartender Flavia D'Esposito, classe 1995, che, grazie al cocktail "La Domenica a Napoli", si è aggiudicata un

viaggio studio a Barcellona, una gift box Ron Relicario Supremo e la possibilità di collaborare con il brand.

## COMPETITION

A DESTRA LA VINCITRICE FLAVIA D'ESPOSITO. IN BASSO I PRIMI TRE CLASSIFICATI.



La ricetta di Flavia D'Esposito (Ron Relicario Superior, liquore al Caffè Mokoloko, Triple Sec Five Senses, succo di limone e sciroppo di zucchero di canna) ha convinto la giuria per equilibrio e atti-

nenza al tema.

Molto profumata, al palato questa ricetta fresca, complessa e in continua evoluzione si presenta con una texture morbida e un compound organolettico

# MEZCAL

## LOS Siete Misterios

BEVI RESPONSABILMENTE



Imported and distributed by

**PALLINI**

# EMPORIA GIN

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



Bevi responsabilmente. CaffoStudio



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



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



che invita subito alla bevuta. Secondo classificato è stato Luca Paolillo, con il cocktail “Un Americano in Trasferta”, e terzo Daniele Gravagna con il cocktail “Both”.

Tutti i partecipanti sono stati premiati con una release di Relicario Ron. «Sono felice per Flavia, una giovane ragazza che si è avvicinata da poco al mondo del bar-

tending e che ha stupito l'intera giuria», ha dichiarato Armando Follari, responsabile marketing Mercanti di Spirits.

Calato il sipario su questa edizione di Mix Factor, con la sua preziosa linea di brand esclusivi Mercanti di Spirits continua la sua mission di vicinanza e supporto alla bartending industry italiana.

**Giulia Arselli**



**CONCORRENTE**

**FLAVIA D'ESPOSITO**

*1° Classificata*

**NOME COCHTAIL**

*La Domenica a Napoli*

**INGREDIENTI**

- 4.5 cl Ron Rolfario Superior
- 1.5 cl Mokoko Coffee Liqueur
- 1.5 cl Triple Sec Five Senses
- 1.5 cl Succo di Limone
- 1 cl Scimppo di Zucchero di Carna

**DECORAZIONE**

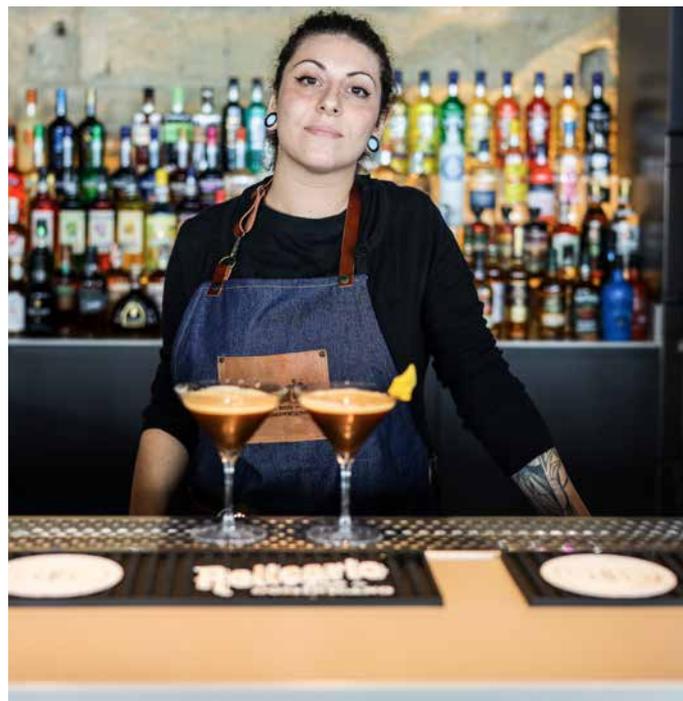
Zest di Arancia

**PREPARAZIONE**

Shake & Strain



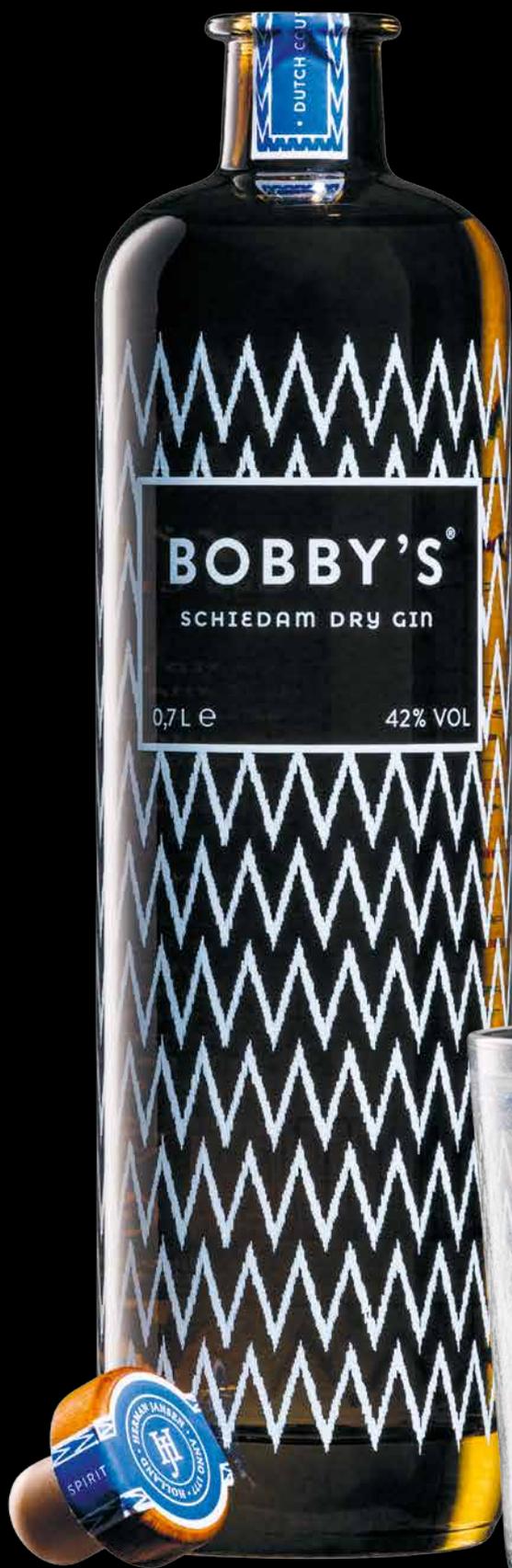
**6ª EDIZIONE - 2022**  
**Mix FACTOR**  
 ITALIANO EXPERIENCE  
 MERCANTI DI SPIRITS - BARMAN CONTEST



## **I PARTECIPANTI**

**D'ESPOSITO FLAVIA  
GRAVAGNA DANIELE  
INCARNATO LORENZO  
MARSALA ZAMBITO GERLANDO**

**MELILLO MATTIA  
PAOLILLO LUCA  
RUSCIANO DANILLO  
SAGGESE MARTINA**



# CORRAGGIO OLANDESE SPIRITO INDONESIANO

ELETTO MIGLIOR GIN OLANDESE

*Bevi Bobby's Gin responsabilmente*

**ONESTIGROUP**  
THE DISTRICT OF BEVERAGE

DISTRIBUITO DA  
ONESTIGROUP.COM  
@ONESTIGROUP

## BOBBY'S GIN

La storia di Bobby's Gin inizia nel 1950 in Estremo Oriente con Jacobus Alfons, Bobby per gli amici. Nato a Naku, in Indonesia, Jacobus Alfons lascerà la colonia olandese per emigrare a Schiedam, Olanda, capitale del Jenever olandese e centro storico della distillazione europea.

Jacobus è un amante del Jenever ma, nostalgico dei sapori della terra natia, inizia a miscelare il Jenever con alcune spezie ed erbe tipiche indonesiane. Il risultato sarà un nuovo Gin, tutto suo, che molti anni dopo sarebbe divenuto Bobby's Gin, grazie al nipote di Bobby, Sebastiaan. Ispirato dalla storia di suo nonno e della sua unica ricetta indonesiana, Sebastiaan si reca a Schiedam, dove incontra il maestro distillatore, appartenente alla settima generazione della distilleria di Herman Jansen. I due lavorano insieme alla creazione di un Gin unico nel suo genere, che unisca la tradizione del Jenever olandese con i migliori ingredienti e spezie indonesiani.

Dopo oltre due anni di distillazione, sviluppo e raffinazione, nacque **Bobby's Schiedam Dry Gin** (42°). Il corpo botanico di questo Gin nasce dall'unione di elementi che coniugano occidente e oriente: citronella, chiodi di garofano, coriandolo, cannella, pepe, ginepro, boccioli rosa e finocchio. La bottiglia è una moderna interpretazione della tradizionale bottiglia di Jenever olandese.

La classica bottiglia "kruik" dell'XI secolo, è stata oggetto di una forte e moderna interpretazione della sua forma. Caratterizzata dal vetro affumicato nei toni del grigio e marrone, la bottiglia riporta l'ikat, tipico motivo indonesiano.

**Bobby's Gin** si presenta speziato e fragrante all'olfatto, al primo sorso diventa un'esplosione di agrumi ed erbe, con una lieve nota pepata. **Bobby's Schiedam 5 Years Edition** (42°) unisce le note fresche del Gin con quelle asciutte del Notaris Maltspirit Genever Batch 2014, combinate con la complessità dell'invecchiamento in legno. **Bobby's Schiedam Dry Gin** è un Gin invecchiato in botti per 6 mesi, con le caratteristiche note di ginepro e arancio, unite a sfumature di vaniglia e caramello. Trattasi di un'edizione speciale in versione limitata, con solo 1.000 bottiglie prodotte, di cui solo 100 disponibili per il mercato italiano. La linea Bobby's comprende anche un classico **Jenever** (38°) molto raffinato ed equilibrato, composto dal 4% di malto e diverse botaniche, senza additivi e zuccheri aggiunti.

La novità 2022 è **Bobby's Gin Pinang Raci Spice Blend No.1** (42°), un Gin secco molto vivace che bilancia con gusto le diverse caratteristiche aromatiche delle spezie sudorientali. Aromatico, con sentori floreali e note di zenzero fresco di galanga, agrumi e lemongrass, alloro rinfrescante e vibrante ginepro, seguiti da caldi sentori speziati di curcuma, cannella e chiodi di garofano, che terminano con dolcezza di arancia. Al palato si apre con la netta sensazione di freschezza delle foglie di alloro e del lemongrass. I sapori di apertura si evolvono in arancia dolce, note fresche di coriandolo e vibrante ginepro. Piacevoli note floreali di galanga giocano contemporaneamente sullo sfondo, mentre la sensazione oleosa in bocca cattura tutti i sapori insieme. Il finale è lungo e persistente, morbido e asciutto con un tocco pepato dei caratteristici peperoni Cubeb di Bobby.

Estremamente versatili in miscelazione i distillati Bobby's sono distribuiti in Italia da Onesti Group.



# BLOOD BITTER PETRUS BOONEKAMP

**N**elle pagine di un antico manoscritto dell'olandese Petrus Boonekamp, ricco di formule e ricette segrete, tramandato di generazione in generazione, rivive il sapore aromatico e suadente di un bitter rosso.

Una speciale formula, la cui storia inizia in Olanda, alla fine del '700, a Leidshen-

dam, in una piccola bottega, al centro di uno dei canali crocevia di scambi internazionali via mare. È lì che spezie sconosciute all'Europa, arrivano ogni giorno da tutto il mondo, pronte per essere selezionate da un abile distillatore, liquorista e commerciante di liquori in anticipo sui tempi.

Esperto conoscitore di piante ed erbe





dalle proprietà uniche, Boonekamp è, per tutti, un geniale miscelatore, il padre degli amari, famoso per aver creato il “maag bitter”, l’amaro stomatico, dal sapore forte e deciso, tra i più apprezzati nel mondo.

Proprio durante uno dei suoi tanti esperimenti, alle prese con l’ideazione di un nuovo alcolico, meno aggressivo, da bere prima dei pasti, realizza quello che sarebbe diventato “l’aperitivo all’uso d’Olanda”: un bitter color passione, nel quale, selezionate erbe naturali in grado di stimolare l’appetito si mescolano all’arancio amaro proveniente dalle colonie olandesi (Curaçao) e al gusto intenso degli agrumi pregiati, rigorosamente italiani.

Fortuna e abilità vollero che il bitter, concepito per rivelare già nell’aspetto il suo ingrediente principale, l’arancia, vista la presenza tra gli ingredienti della cocchi-glia, avesse assunto un colore intenso e caldo, simile al sangue. «Un sangue amaro», come lo definì Boonekamp, sicuramente tra i primi prodotti della categoria dei liquori aperitivi.

Quella straordinaria scoperta, sopravvissuta a tre secoli di storia, grazie alla



minuziosa ricerca degli “eredi” liquoristi, rivive in “Blood Bitter”, un alcolico capace di piacere a tutti, nel quale, al pari di un’essenza, confluisce tutto l’ardore, l’esperienza e l’innovazione del suo creatore



**VISTA:** colore rosso carminio, tonalità di rosso scuro simile al sangue (da cui il nome Blood Bitter).

**OLFATTO:** intensa e piacevole fragranza amaricante di arancia, pienezza erbacea e leggere note floreali (rosa e chiodi di garofano).

**GUSTO:** secco e fortemente amaro, aroma intenso di agrumi (arance dal sapore dolce e amaricante), erbaceo e speziato.

Blood Bitter è ottimo consumato con ghiaccio e soda e si esalta nella miscelazione classica e nelle ricette più ricercate.

Distribuito dal gruppo Caffo.

## LE RICETTE

### BLOOD SHAKEN

#### INGREDIENTI

- 75 ml Blood Bitter Petrus Boonekamp

Tecnica: shake and strain. Bicchiere: coppetta da cocktail. Guarnizione: spiedino con cetriolino sottaceto.

### BLOOD IRON

#### INGREDIENTI

- 30 ml Blood Bitter Petrus Boonekamp
- 30 ml Vermouth rosso
- 30 ml Robur Bisleri

Tecnica: build. Bicchiere: old fashioned. Guarnizione: spicchio di arancia abbrustolito e foglia di salvia.

### BLOOD TONIC

#### INGREDIENTI

- 40 ml Blood Bitter Petrus Boonekamp
- 120 ml Acqua Tonica Indian Bisleri

Tecnica: build. Bicchiere: tumbler alto. Guarnizione: spicchio di arancia.

### BLOOD TIES

#### INGREDIENTI

- 30 ml Blood Bitter Boonekamp
- 30 ml Emporia Gin
- 30 ml Vermouth rosso
- 1 bar spoon Liquorice
- 1 splash di ginger beer

Tecnica: mix and strain. Bicchiere: old fashioned con chunk di ghiaccio. Decorazione: zenzero essiccato.

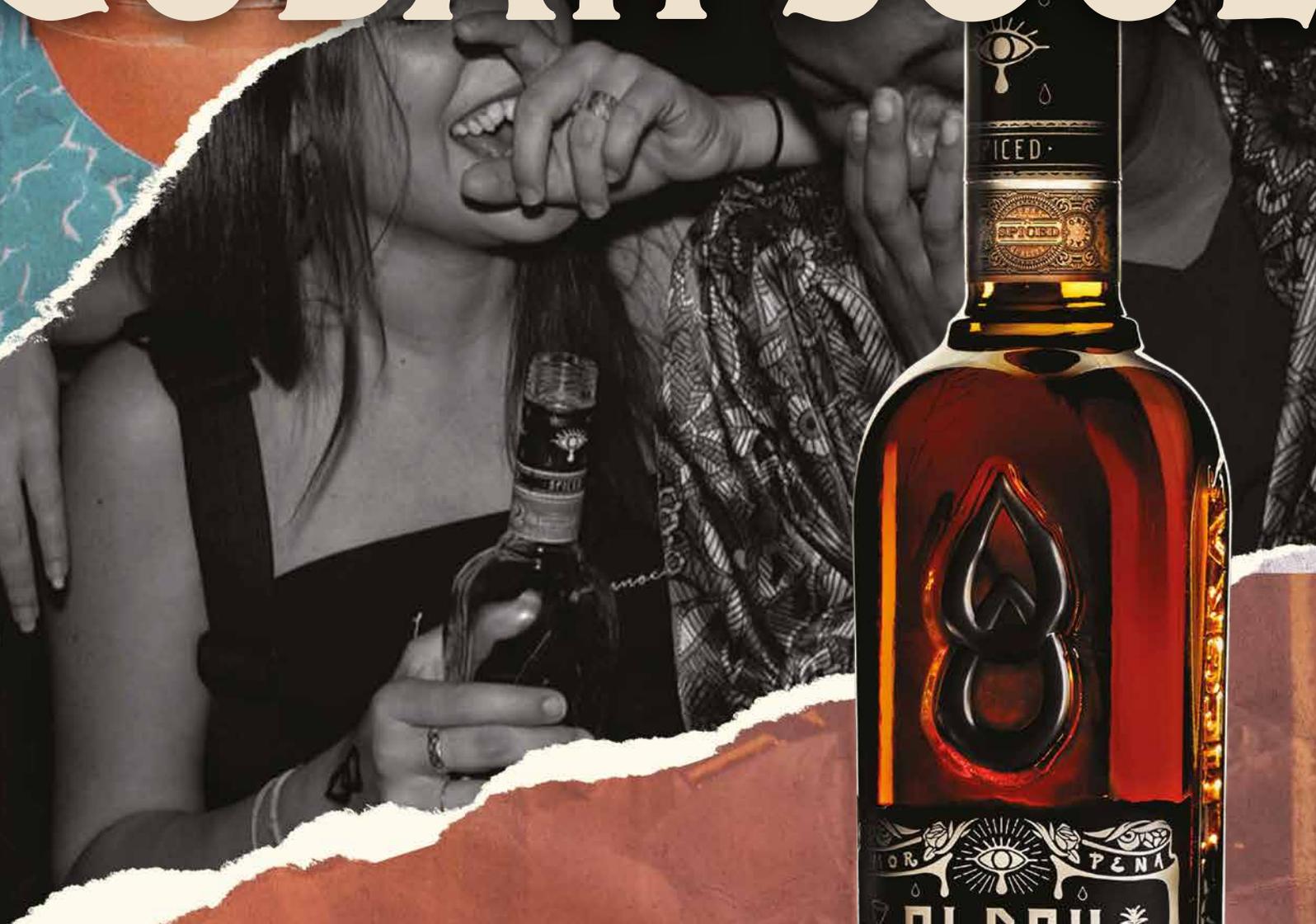
### BLOOD DAISY

#### INGREDIENTI

- 60 ml Blood Bitter Boonekamp
- 20 ml liquore di camomilla

Tecnica: shake and strain. Bicchiere: coppetta da cocktail. Decorazione: twist di limone e fiori eduli.

# SPICED WITH CUBAN SOUL



THE ORIGINAL  
BLEND OF CUBAN  
RUM & SPICES

**BLACK  
TEARS**   
LET TEARS FLOW

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

IMPORTATO  
E DISTRIBUITO DA



RINALDI 1957

Bevi Responsabilmente

# VIAGGIO NELLA STORIA

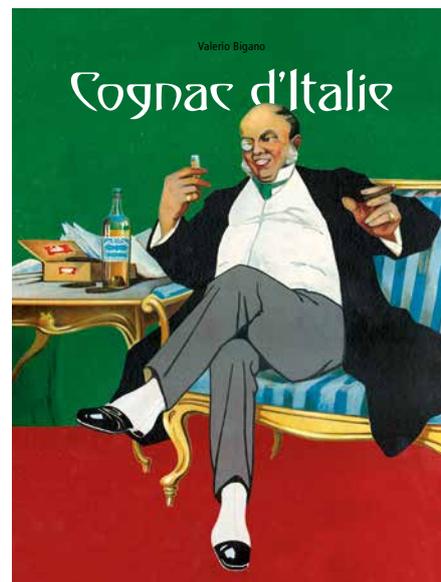
## “COGNAC D’ITALIE – UNA TRADIZIONE CHE VIENE DA LONTANO”

VALERIO BIGANO – FOTOGRAFIE DI VALERIO BIGANO E MATTIA TRAVERSO

PAG. 180 – EURO 50,00

**Q**ualora non l’avessimo mai detto oggi lo confermiamo: i lavori di Valerio Bigano sono una garanzia. L’ennesima opera appena presentata è una esaustiva ricerca sull’avventurosa epopea del Cognac italiano, nobile espressione, spesso sottovalutata, dell’arte distillatoria made in Italy. Tuttavia, tra alti e bassi, il distillato di vino italiano continua a perpetuare la sua prestigiosa tradizione ma gli ultimi segnali sembrano annunciare un cambio di rotta nelle preferenze dei consumatori che lo apprezzano sempre più.

Quella che Valerio Bigano racconta in “Cognac d’Italie” è una storia antica ma con un sapore sempre attuale. Il libro esamina la storia di questo distillato dal suo esordio sino agli anni del secondo dopoguerra. In particolare si sofferma sugli anni tra il 1948 e il 1951, durante i quali divenne operativo l’accordo tra Italia e Francia che limitava l’uso del termine Cognac ai soli distillati di vino francesi della Charente, e l’entrata in vigore del disciplinare produttivo. Molto affascinante il viaggio storico con cui l’autore accompagna il lettore alla scoperta di bottiglie rare e dimenticate, testimoni di una operosità aziendale italiana ricca di intuizioni felici e grandi successi ma anche di imprevisti e sfortune, di aziende attive e altre scomparse per sempre, di marchi ancora presenti e di altri caduti nell’oblio.



Il volume presenta circa 400 bottiglie in rappresentanza di 165 brand la cui storia viene approfondita con notizie dettagliate. Il layout grafico di questo libro è semplicemente esemplare per colori e impaginazione, la lettura è scorrevole e piacevole, le foto sono stupende e regalano l’impressione di toccare le bottiglie. Esaustiva la bibliografia e le fonti.

Consigliamo, senza ombra di dubbio, questo prezioso libro a tutti gli appassionati di distillati. “Cognac d’Italie” è un trattato di storia liquida del nostro paese, merita di essere in bella mostra nella biblioteca di chiunque sia coinvolto nella spirit e bartending industry o per qualsiasi appassionato e cultore del bere bene e di qualità.

**Alessandro Palanca**



ANCIENNE PHARMACIE

QUALITÀ AL SERVIZIO  
DELLA CREATIVITÀ

*Mixology Selection*



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)