

# BarTales

ANNO II | N. 7 | MARZO 2015



## REPORT IL TESORO DEI MAYA

*Face to face*

IL BELLO  
DEL BARTENDING

*Cocktail Story*

LIME &  
CACHACA

*Liquid Story*

TUTTA LA MENTA  
DA BERE

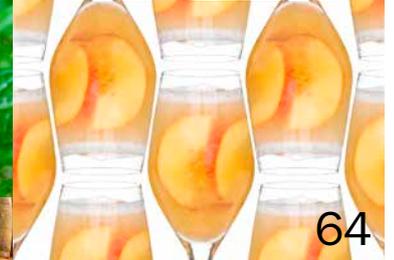
# Ron DIPLOMÁTICO



IMPORTATO DA COMPAGNIA DEI CARAIBI

COMPAGNIADEICARAIBI.COM | INFO@COMPAGNIADEICARAIBI.COM

FACEBOOK /COMPAGNIADEICARAIBISRLU | INSTAGRAM /COMPDEICARAIBI | TWITTER /COMPDEICARAIBI



- 5** **L'editoriale** di Melania Guida  
GALEOTTO FU IL CREMLINO
- 7** **Informaibes** DI NUOVO IN PISTA
- 8** **News** DAL MONDO
- 10** **Face to face** di Melania Guida  
IL BELLO DEL BARTENDING
- 14** **Cocktail Story** di Gianmaria Bertazzoli  
LIME & CACHACA
- 20** **Bar Story** di Gianni Zottola  
LE NOTTI DEL KAHIKI
- 30** **Focus on** di Luca Raso  
BENVENUTI ALL'ISOLA
- 38** **Liquid Story** di Fabio Bacchi  
DAL PIPPERMINT AL BRANCA,  
TUTTA LA MENTA DA BERE

- 48** **Report** di Davide Staffa  
IL TESORO DEI MAYA
- 58** **Legend Story** di Luca di Francia  
GIORGIO BENUSSI E UNA STORIA  
TUTTA DA RACCONTARE
- 64** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli  
PESCA, FRUTTO VELLUTATO
- 70** **Book corner** di Alessandro Palanca  
LIQUID INTELLIGENCE

**BarTales** ANNO II | N. 7 | MARZO 2015

DIRETTORE RESPONSABILE

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

**Fabio Bacchi**

(fabiozacchi@bartales.it)

GRAFICA

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giovanni Ceccarelli, Luca Di Francia,  
Alessandro Palanca, Luca Raso,  
Davide Staffa, Gianni Zottola**

EDIZIONE WEB A CURA DI

**Dinamica Digitale srl**

(info@dinamicadigitale.it)

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

**Redazione**

Via Pigna, 182 - 80128 Napoli

© COPYRIGHT

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

BY APPOINTMENT TO HER  
MAJESTY THE QUEEN  
TANQUERAY GORDON



A COMPANY LIMITED,  
LONDON, ENGLAND,  
GIN DISTILLERS

*Tanqueray*

— N° TEN —



— THE ONLY GIN MADE WITH —  
**FRESH CITRUS FRUIT**

FOR THE PERFECT GIN & TONIC

# GALEOTTO FU IL CREMLINO

**L**e tre scimmiette. Quelle del “non vedo, non sento, non parlo”. Stanno in bella mostra, allineate sulla bottigliera affollata. Un simbolo, un monito, una certezza per tutti quelli che mettono piede al “Posta” di Cortina. Dove passa ed è passato il (bel) mondo, dove per cinquanta intensi anni Antonio Di Franco, classe 1941, ha miscelato ad arte filtrando chiacchiere e segreti. La notizia è che Antonio, a conclusione di dieci lustri di onorato servizio, quando stava per godersi la meritata pensione, è stato richiamato in servizio. Gli habitués del “Posta” non lo hanno lasciato andare via. In tanti hanno minacciato di non rimettere piede nell’esclusivo hotel delle Dolomiti. Tant’è che reclami e telefonate continue hanno avuto la meglio. Così Antonio è ritornato al suo posto. A rassicurare e mixare. Tra gli altri, il suo Cremlino (versione alla vodka del celebre Puccini) che un po’ di tempo fa ebbe modo di inventare per compiacere uno scrittore. Un russo che al trentaseiesimo bicchiere stramazza sulla poltrona. Potrebbe raccontare per ore Antonio. E molti riflettere sui fatti. Non tanto sui suoi racconti ma sulla relazione profonda che Antonio come ogni barman di successo, più che mai se legato a un certo (bel) mondo, a un certo *coté*, costruisce con il suo cliente.

Ci sarà un perché se contesse, scrittori e finanziari hanno minacciato la fuga dal “Posta”. Non certo perché preoccupati per l’equilibrio dei drink preferiti che il giovane staff di Di Franco avrebbe realizzato, comunque, alla perfezione. Al netto di conoscenze e dottrina, hanno reclamato la presenza di quello psicologo senza teoria, quel confessore che non censura, la spalla fidata di una notte che tutto ricorda e se serve dimentica. Semplicemente un barman. Che anche quando depone lo skaker, non va mai in pensione.



# Gosling's Rums

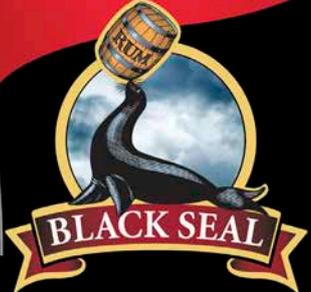
BERMUDA SINCE 1806

IMPORTATO E DISTRIBUITO DA

**PALLINI**



## Gosling's DARK 'n STORMY®



We Just Made It  
Much Easier  
To Make  
Bermuda's  
National Drink



**A.I.B.E.S.**  
Associazione  
Italiana Barmen  
e Sostenitori

# DI NUOVO IN PISTA

Il 2015 si è aperto con ritrovato entusiasmo. Gli esami di ingresso in Associazione, nel solo mese di gennaio, hanno visto superare le prove di ben oltre 200 candidati in tutta Italia. A loro vanno le nostre più vive congratulazioni e un forte benvenuto in famiglia. Un saluto e un in bocca al lupo anche a coloro che non hanno superato gli esami di ammissione e che ci auguriamo di poter valutare nuovamente il prossimo anno.

Come tutti sanno, gli esami di ingresso sono quel momento che dà il via a un cammino di crescita professionale e condivisione. Infatti è così che tutti, noi per primi, abbiamo iniziato il nostro cammino nel mondo del bartending. Oggi assistiamo al nascere e svilupparsi di correnti di pensiero, di tendenze, di *lifestyle* nel nostro settore. La storia ci insegna e ci impone di ricordare come, nella quasi totalità dei personaggi che emergono nello scenario nazionale ed internazionale, si può trovare un filo conduttore comune: l'A.I.B.E.S. L'Associazione come punto di partenza per quelle che nell'arco di pochi decenni, a volte di pochi anni, diventano carriere veloci e di grande fama.

L'Associazione trova e dona prestigio a tutti coloro che le si avvicinano e che condividono con essa i principi ispiratori e i valori. Purtroppo, come in ogni grande famiglia, anche tra noi ci sono coloro che, una volta ottenuto il successo e il prestigio che la nostra associazione conferisce loro, prendono altre strade. Nessuno può pensare di vincolare per tutta la vita personaggi importanti, ma non possiamo neanche dimenticare che, in molti casi, questo prestigio che vantano alcuni, lo hanno ottenuto grazie a tutti noi, grazie a coloro che, in un consolidato gruppo di oltre 3.000 persone, possono rendere famoso e importante chiunque.

Un plauso quindi per coloro che ottengono successo, ma senza dimenticare mai da dove vengono e come sono riusciti a ottenerlo. In tal senso non possiamo non ringraziare tutti i nostri Soci Sostenitori, quelli storici e coloro che ci conoscono da meno anni. Grazie al loro prezioso contributo e grazie a un consolidato *feeling*, riusciamo a mantenere e migliorare tutte le attività istituzionali e commerciali che fanno ormai parte dello scenario delle nostre iniziative.

Tra non molto inizieranno anche i concorsi regionali e nel prossimo numero potremo pubblicare anche il calendario di tutte le sezioni. Per il momento auguriamo un proficuo lavoro a tutti e una onesta partecipazione alla vita associativa.

**Pietro Attolico**

*Presidente Aibes Promotion Srl*

**Andrea G. Pieri**

*Presidente A.I.B.E.S.*

## NON SOLO GRAPPA

È lo slogan che riceverà i visitatori dello stand Nardini (Pad. 3 stand B6) a Vinitaly dal 22 al 25 marzo. Durante la kermesse veronese la storica azienda di Bassano del Grappa dedicherà due momenti alla miscelazione (23 e 24 marzo dalle 16,00 alle 17,30) con la presenza di affermati bartender. Grazie alla sua gamma di prodotti, che oltre alla storica Grappa comprende amari e aperitivi, la maison veneta intensifica la sua presenza nel bere miscelato di qualità. Nardini ha appena inaugurato online il suo nuovo sito web con uno spazio interamente dedicato al bartending. Graficamente e tecnicamente all'avanguardia comprende uno spazio nel quale i bartender possono caricare le proprie ricette e dare visibilità al proprio bar. [www.nardini.it](http://www.nardini.it)



### AGAVE MESSICANA

Blue Agave Nectar è il nuovo prodotto della linea Real immaginato proprio per la miscelazione e disponibile sul mercato italiano. Prodotto con il 100% di agave blue messicana questo dolcificante naturale è oggi molto utilizzato per il suo basso contenuto glicemico e per l'indistinguibile gusto che ne ha fatto uno degli ingredienti più interessanti in miscelazione sin dalla sua prima apparizione nella ricetta del Tommy's Margarita.

## NEW LOOK E LIMITED EDITION

Jameson, Whiskey svela, "Hello Dublin" la nuova esclusiva bottiglia realizzata per la prossima festa di San Patrizio, il 17 marzo. Il concept pensato per questa 5° edizione limitata rappresenta un tributo all'*heritage* di Jameson e l'omaggio a una città meravigliosa. Disegnata da Steve Simpson, "Hello Dublin" concentra l'anima, il colore e il carattere di Dublino, il luogo in cui John Jameson ha dato vita al suo Whiskey nel lontano 1780, attraverso la rappresentazione grafica dei suoi edifici più conosciuti: il Trinity College e Clery's Clock. Il nuovo look di Jameson riporta anche alcune delle tipiche frasi pronunciate dagli abitanti di Dublino inserite come una sorta di mappa stradale per esprimere il cuore pulsante della città. Il risultato è una limited edition iconica, con una grafica che mette d'accordo la personalità sicura, sfaccettata e contemporanea di Jameson con il suo profondo legame con Dublino.



## BUON COMPLEANNO PALLINI

Pallini, la storica azienda romana di liquori e sciroppi, unica distilleria della Capitale, festeggia quest'anno i suoi 140 anni di attività, oggi guidata da Micaela Pallini, rappresentante la quinta generazione. La storia di questa azienda iniziò nello storico emporio di Antrodoco, al confine tra Lazio e Abruzzo, grazie alla visionaria intraprendenza del fondatore Nicola Pallini.

Azienda leader nella liquoristica con Limoncello, Mistrà Pallini, Sambuca 313, Pallini rappresenta all'estero una delle eccellenze nella liquoristica di qualità.

Leader in USA con il suo Limoncello, in Italia importa e distribuisce Gosling's Rum.



## INCONFONDIBILE UNDERBERG

Il catalogo prodotti distribuiti in esclusiva da Onesti Group si arricchisce di un nuovo brand conosciuto a livello internazionale: Underberg, amaro digestivo alle erbe. Underberg è il risultato di una ricetta segreta che si tramanda dal 1846, la quale prevede, attraverso un procedimento denominato Semper Idem, l'estrazione inalterata delle proprietà delle erbe, delle loro sostanze attive e delle caratteristiche aromatiche. Prodotto in Germania, nella ricetta rientrano erbe selezionate provenienti da 43 paesi del mondo. Underberg è privo di glutine



e non contiene zuccheri aggiunti. Invecchiato in botti di quercia di Slovenia, inconfondibile anche per il suo packaging, Underberg viene prodotto solo nel tipico formato monodose da 2 cl. Da 165 anni è, infatti, conosciuto in tutto il mondo proprio per la sua particolare bottiglietta avvolta in cartapaglia.



## SUGHERO RICICLABILE

Dieci anni di ricerca ed ecco il tappo di sughero privo di collanti. È la risposta di Sughera, azienda vicentina, all'allarme USA contro i tappi in sughero microagglomerato ritenuti cancerogeni. La soluzione sta in una miscela di materiali termoplastici che, grazie a un particolare agente compattante/agglomerante, sono in grado di agglomerare e trattenere efficacemente le particelle in sughero a contatto con liquidi alcolici per un lungo periodo.

Per tappi perfettamente riciclabili.

# IL BELLO DEL BARTENDING

Claudio Peri: «Ho più stima di me stesso  
Ma non mi sono montato la testa»

DI MELANIA GUIDA



**Q**uando alla finale italiana di World Class 2014 lo vidi trafficare con il *timo vulgaris* e raccontare appassionato di Itaca (l'ottuagenaria vicina di casa), Claudio Perinelli, Peri per il bartending e altro, aveva già fatto breccia nel cuore e nella mente dei giu-

rati. Per quella narrazione veloce e convincente che accompagnava gesti attenti e giudiziosi, per quell'empatia genuina che aggancia con garbo chi sta dall'altro lato. Del bancone, intendo. Ci aveva sedotti, insomma. Con quello stesso sguardo limpido e azzurrissimo e l'energia fresca e



A A U S T R I A B E L G I U M B R A Z I L

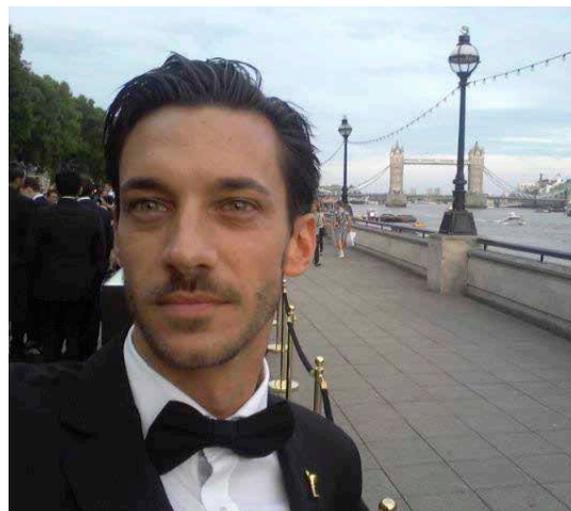
**CAMPIONI**  
 A SINISTRA  
 DAVID RIOS A  
 DESTRA  
 CLAUDIO  
 PERINELLI ALLA  
 FINALE DELLA  
 WORLD CALSS  
 2014.

contagiosa che ho ritrovato chiacchierando con lui, in un freddo pomeriggio milanese, a pochi giorni dalla sua partenza. Sì perché il campione italiano, arrivato secondo alla sfida mondiale Diageo, sta per raggiungere Londra e affiancare Tony Conigliaro, il guru della mixology molecolare, nella gestione di uno dei templi del maestro della sperimentazione.

Un traguardo non da poco. «Sono orgogliosissimo e felice. In meno di un anno la mia vita è profondamente cambiata. Non posso che essere infinitamente grato a Diageo» dice con gli occhi che ridono mentre sorseggia un espresso senza zucchero. Eppure dal “Kiosko” di Peschiera del Garda, il piccolo bar dove si è fatto le ossa (era già barman a 22 anni) alla Dream Factory, Claudio è sempre il Peri: il bel barman veneto (corteggiatissimo ma innamoratissimo della sua Eleonora) con idee chiare e piedi ben piantati per terra. Uno che a trent’anni non si è certo montato la testa, per capirci. Che ha preso

sempre seriamente tutto. A cominciare dallo studio. Scienze matematiche, per l’esattezza. «Mi mancano tre esami alla laurea in informatica».

Chiaro che se non avesse iniziato a sedici anni a armeggiare dietro il bancone di un amico (la sera dopo i compiti), se non avesse incontrato il demone della passione per la mixology, se non avesse avuto il carisma che fa la differenza («è quello che conta più della bravura», sottolinea) sarebbero stati i software a segnare la strada maestra. «A quest’ora sarei un informatico». Senza dimenticare che proprio la capacità d’analisi, la conoscenza e la bontà del metodo strutturano una disciplina e una forma mentis che Peri ha saputo applicare anche al mondo del bartending. E in questo, come altri della sua generazione, testimonia il cambio di passo, il salto di qualità di una professione che non è più il mestiere della necessità, un ripiego da sfigati, ma quasi sempre, soprattutto a certi li-



velli, una scelta consapevole e sudata che premia i barman al pari degli chef

*Instancabile, Peri prende tutto sul serio. Lo studio soprattutto.*

*Convinto che non si finisce mai di imparare*

stellati. «Credo che il segreto sia quello di aver sempre voglia di imparare. Sapere tutto sul ghiaccio così come sulle tecniche di affumicazione, per esempio. Non smettere mai di studiare. Non dico leggere, ma studiare nel senso proprio di approfondire. Tuffarsi nella

chimica. E poi tenersi aggiornati perché il cliente segue le mode e potrebbe sa-

perne più di te».

L'asso nella manica? «La capacità di comunicare. Chiariamo bene: questo non è un mestiere per timidi. Ti deve piacere la ribalta, un pizzico di narcisismo ci sta. Con equilibrio». Il tuo maestro? «Simone Caporale. Una persona squisita. Anzi, una bella persona. A prescindere dalle competenze. Perché talento a parte, comunichi sempre agli altri quello che sei nel profondo». Linee di tendenza? «Stabile il Gin anche se ormai al top della parabola. Per il resto, punterei sull'*home made*. Quello fatto bene, intendo. Secondo me può sempre risultare un'ottima risorsa. Con una netta preferenza per l'invecchiamento in vetro».

Consigli per chi inizia? «Fare un corso in una scuola valida. Affiancarsi il più possibile a professionisti. Sempre con l'umiltà di imparare perché le basi sono fondamentali. Magari non diventi subito un barman di successo però almeno capisci il mestiere». Concorsi prossimi? «Diageo è il top. Dopo World Class non c'è nulla più di appetibile. Basta concorsi. Ora penso solo a fare al meglio quello che so fare. Consapevole che non si smette mai di imparare». Ad maiora.

**Melania Guida**

# B.º NARDINI

## DISTILLERIA A VAPORE

— dal 1779 —



3,5cl  
*Rabarbaro*

3,5cl  
*Rosso*



7,0cl  
*Seltz*

*una scorzetta  
di limone*



**il Mezzoemezzo:**  
l'inimitabile aperitivo  
di Bassano del Grappa  
che non smette mai  
di sorprendere.

— \* —  
**BASSANO**

— al PONTE dal 1779 —





---

# LIME & CACHACA

Dal torrido Sertao un'accoppiata da sogno. Grazie agli oli essenziali

DI GIANMARIA BERTAZZOLI

**S**olo un distillato con un carattere scontroso poteva riuscirci, solo la forza della tradizione popolare poteva provarci, solo chi rinuncia alla propria ricchezza coltiva in sé la forza di un gigante. Un gigante che percorrerà con il suo fascino tutto il mondo lasciando un segno, un'emozione e un'esperienza indelebili. Questo è la Cachaca, nulla di più, nulla di meno.

La contrapposizione tra la vita rurale e la voglia di conquistare spiagge e tramonti lontani, fuori dal paese. La miscelazione caraibica delineata negli ultimi 500 anni segue uno schema molto semplice, dove l'aguardiente arrotondava i suoi spigoli

con una miscela di succo di limone e zucchero (melassa, miele o succo vergine di canna da zucchero). Un tipo di miscelazione che rendeva e rende tuttora onore a un distillato che, sebbene di scarsa qualità e pieno di difetti fino alla fine del XIX secolo, aveva un carattere facilmente addomesticabile. Non per mancanza di forza, ma semplicemente per una condizione sociale differente, che rende il Rum differente. Ma non in Brasile, in Brasile non è così semplice.

La povertà della popolazione era (e lo è tuttora) molto diffusa nel territorio rurale e non permette lo "spreco" di una risorsa fondamentale per l'economia, la



**BRASILE**  
BOTTIGLIE ED  
ETICHETTE DI  
CACHACA.  
QUI SOPRA  
UNA FOTO DEL  
SERTAO DEL  
NORD EST.  
A DESTRA LO  
ZUCCHERO DI  
CANNA.  
NELLA PAGINA  
ACCANTO UNA  
VEDUTA DI  
COPACABANA  
BEACH.

canna da zucchero. La canna da zucchero serve per estrarre zucchero da esportare in tutto il globo, sfruttando queste piante fino all'estrazione dell'ultimo granello. Ciò che resta è una melassa completamente esausta, ciò che resta è del popolo rurale, chiamato caipira, ciò che resta sarà Cachaca. Tecnicamente parliamo di Rum, ma non chiamatelo Rum, per nessun motivo.

La Cachaca si è guadagnata la sua

identità, Caipirinha ne è ambasciatrice. Così, all'inizio del secolo scorso, mentre l'Occidente esportava in Amazonia la propria tecnologia produttiva, Caipirinha partì dalle favelas brasiliane, dalla profonda Amazonia e dal torrido e desolato Sertao, per arrivare sulle spiagge di Ipanema, Fortaleza e Copacabana. Qui seppe farsi conoscere ed apprezzare, e decise di andare in giro per il mondo grazie al flusso di viaggiatori, per diletto o interesse, che ripartivano con i ricordi più piacevoli della loro permanenza in Brasile.

In Brasile la miscelazione tradizionale non può seguire la linea caraibica perché



lo scontro tra distillato e succo di lime non è di certo ad armi pari. Un distillato come la Cachaca è troppo prepotente per riuscire a legare con il succo di un agrume creando un equilibrio al gusto. La Cachaca ha bisogno di altro. La soluzione come quasi sempre accade è in natura, talmente presente da rendere il Brasile uno dei maggiori paesi esportatori al mondo. Il lime nasconde la soluzione, anzi, non la nasconde proprio, se ne circonda. Caipirinha non è Cachaca, lime e zucchero, assolutamente. Caipirinha è Cachaca, oli essenziali del lime, zucchero e succo di lime. Gli oli essenziali sono il vero legame, sono il ponte che unisce il succo di lime al distillato. Gli oli essenziali sono Caipirinha, non solo, sono il confine della miscelazione brasiliana.

Il lime sarà necessariamente un prodotto del Brasile (Tahiti o Persian), ma questo non è sufficiente, non tutti i lime possono diventare Caipirinha. La scelta del lime



deve necessariamente avvenire valutando la scorza e in seguito la consistenza. La scorza deve essere lucente e deve avere una carica di oli essenziali assoluta. Bisogna toccare il lime, massaggiarlo, e prendere confidenza, è necessario capire se è quello giusto e rendere la sua lavorazione meno traumatica possibile per lui: bisogna umanizzarlo. Se rispettiamo il lime, lui rispetterà la Caipirinha. Il rispetto del



lime passa per un rituale tecnicamente definito e preciso. Bisogna tagliare i poli fino ad escludere completamente la parte bianca (albedo) che ha una connotazione amara tendente al rancido e che roviner-

ebbe il nostro palato per ore se masticata. Quindi, si effettua un taglio longitudinale dividendo in due il frutto, e con un taglio a V si asporta il nervo centrale per un duplice motivo. Il primo è quello sopraccitato di escludere la parte bianca, la seconda è quella di aprire a

un'estremità tutte le vescicole che contengono il succo. Queste vescicole sono all'interno delle sezioni (fette) dell'endocarpo e che sono collegate da un lato con l'albedo sotto la scorza, dall'altro con la colonna centrale nervosa che andremo ad asportare. Questa apertura da un lato

delle vescicole permetterà una fuoriuscita del succo con una semplice pressione poiché non devono "esplodere" ma semplicemente svuotarsi. Questa azione è determinante perché una forte pressione con il muddler sul lime determinerebbe uno stress eccessivo del frutto che rilascerebbe un sapore sgradevole poiché l'albedo, che agisce come una spugna, rilascerebbe un succo inquinato. Si taglia ancora una volta il mezzo lime in 4 parti e lo si comincia a lavorare aggiungendo, oggi, un dolcificante come lo zucchero di canna, il miele prima del 1900. Infatti, al tempo, lo zucchero veniva commercializzato in quanto prima risorsa economica e non usato in altro modo.

La preparazione del drink prevede il dissolvimento dello zucchero nel lime, senza eccessiva forza. Questo è un passaggio fondamentale, perché, come ben sappiamo lo zucchero non si scioglie in soluzioni alcoliche. A questo punto si aggiungono la Cachaca e il ghiaccio. È adesso che gli oli essenziali si dissolvono in alcool, os-

*Bisogna  
rispettare il  
lime. Così, solo  
attraverso un  
rituale rigoroso  
si onorerà  
la Caipirinha*



sia nella Cachaca riuscendo a domarla e donandole sfumature aromatiche intense e travolgenti. L'intenzione non è spiegare come nasce e si prepara Caipirinha ma farci comprendere quanto gli oli essenziali hanno segnato il riscatto di una popolazione, anzi di un concetto di miscelazione a sud dei confini caraibici. In questo senso l'interpretazione degli oli essenziali è una delle risorse di un paese che ha fatto delle sue tradizioni povere una delle maggiori ricchezze donandola al resto del mondo.

Per motivi storici non analizzeremo la shakerata, la quantità di ghiaccio, la tecnica di preparazione perché il punto non è questo.

Caipirinha bisogna comprenderla, poi viverla. La ricetta non esiste, Caipirinha è un'attitudine, un modo di vivere e soprattutto un modo di sorridere alla vita. Caipirinha è poesia, emozione e sentimento. Se non ci lasciamo trasportare da Caipirinha saremo sempre solo dei bravi esecutori, nient'altro. Questa è Caipirinha.

**Gianmaria Bertazzoli**



# LE NOTTI DEL KAHIKI

## Tocco italiano per il leggendario supper club

DI GIANNI ZOTTOLA

**È** uno dei più maestosi templi del Tiki, simbolo incontrastato di un'epoca gloriosa, il Kahiki di Columbus dell'Ohio. Questo locale, icona mondiale del Tiki, riproduceva un'esplosione di caldo equatoriale nel cielo grigio e freddo della città, testimonianza della potenza di un trend sociale dilagante e coinvolgente.

Il Kahiki si estendeva con ventuno metri di larghezza e ben quarantasei di lunghezza, mille metri quadri tropicali situati nella città che prende il nome dal navigatore Cristoforo Colombo. Aperto nel 1961 da Bill Sapp e Lee Henry e ispirato al Mai Kai di Fort Lauderdale, il Kahiki Supper Club fu per quaranta anni uno dei più grandi simboli della cultura Tiki negli Stati Uniti.

Il Kahiki nacque dall'idea di due amici che fin dai tempi dell'università decisero insieme di sconvolgere nettamente gli sbocchi professionali per i quali avevano studiato: William "Bill" Sapp seguiva stu-





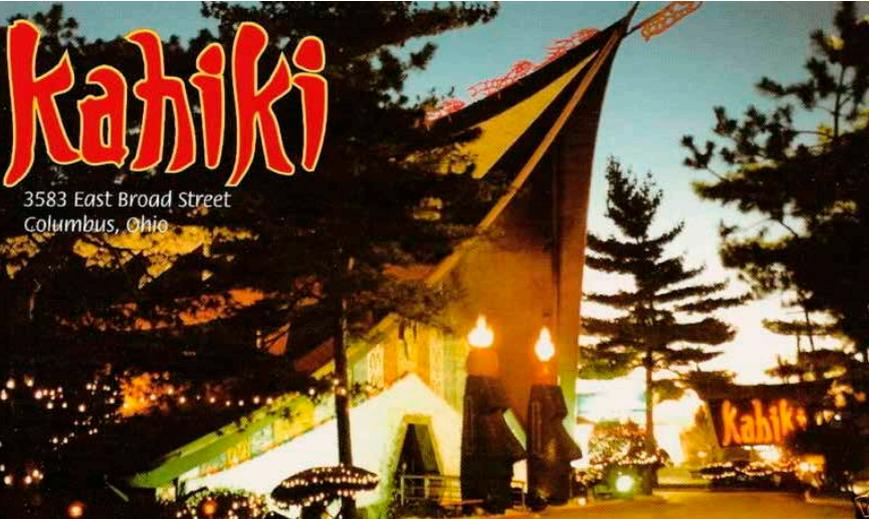
di giuridici, Leland “Lee” Henry lavorava come assistente alle vendite alla Union Department Store. La loro ambizione, come spiegava Bill, era poter creare un punto di ritrovo tematico e particolare di cui Columbus era sprovvista nonostante i suoi novecento ristoranti per una popo-

lazione di quattrocentomila persone. La prosperità crescente della città, investita dal boom economico dopo la seconda guerra mondiale, fece il resto.

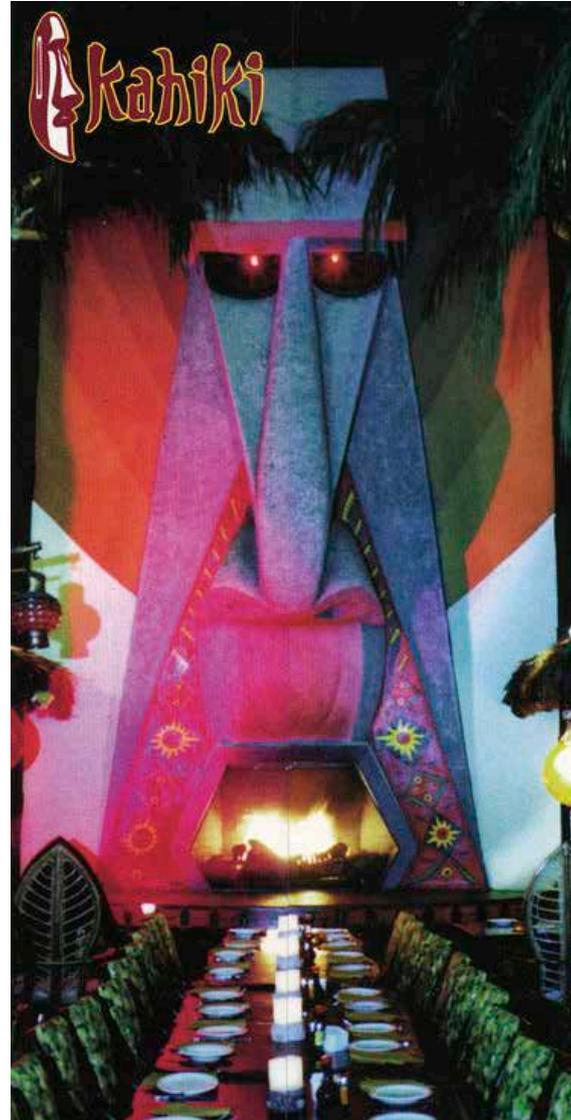
L’idea di un luogo dove poter cenare ed intrattenersi fino a tarda notte, diverso da un bar, un ristorante o un nightclub,

**LEGGENDARIO**

ALCUNE  
IMMAGINI  
STORICHE  
RELATIVE ALLA  
NASCITA DEL  
KAHIKI.  
NELLE FOTO  
A SINISTRA  
BILL SAPP  
E LEE HENRY.



3583 East Broad Street  
Columbus, Ohio



#### DECORI IN STILE

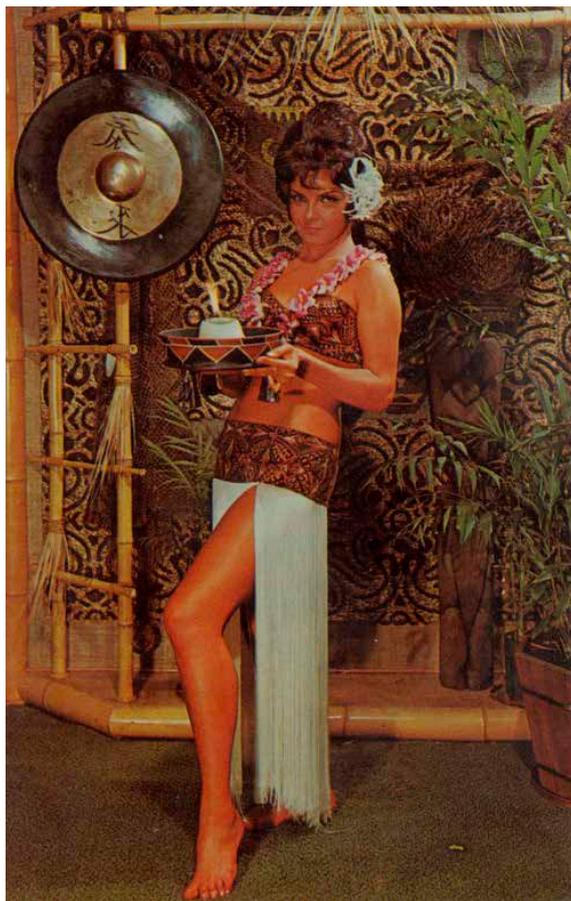
L'INGRESSO E  
GLI INTERNI  
DEL KAHIKI.  
L'ARCHITETTURA  
E GLI ARREDI  
NE HANNO  
FATTO UNO DEI  
LOCALI PIÙ  
INTERESSANTI  
AL MONDO.

prese subito forma con il locale Top Steak House, nella zona di Bexley, aperto nell'aprile del 1955. L'atmosfera era accogliente e il tipo di arredamento era studiato anche per attirare i businessmen della città e intermediari di ogni genere; su ognuno dei sessanta tavoli erano installate delle prese telefoniche. Che la cucina abbinata al piano bar si fosse rivelata un'idea brillante e remunerativa era ormai un dato di fatto, ma il concetto di "Supper Club", ancora in forma embrionale, fu successivamente realizzato con l'apertura di un altro locale ancora più tematico e coinvolgente con all'interno un Tiki bar. La nuova scommessa fu chiamata Grass Shack e aprì nel giugno del 1958 con la direzione del bar affidata a Sandro Conti, che divenne ben presto un Tiki barman passando i successivi anni della sua professione a studiare e imple-

mentare vecchi e nuovi Tiki drink.

L'ispirazione dei South Seas e dei ristoranti a tema polinesiano che i due amici avevano visitato negli anni e la riproduzione di quegli ambienti nostalgici per i veterani della seconda guerra mondiale permisero al locale di divenire un luogo di ritrovo dove poter raccontare vecchie storie di guerra davanti a cibi cantonesi elaborati da Jeff, lo chef cinese del locale. Proprio in questo locale i due cominciarono a progettare quello che sarebbe diventato uno dei locali Tiki più evoluti e importanti della storia.

Dalla disgrazia del Grass Shack, incendiatosi il 14 di giugno del 1959, nasce il Kahiki. Un progetto realizzato con ben un milione di dollari, equivalente a 7 milioni di dollari attuali, e frutto di un'idea innovativa per Columbus. Un progetto esageratamente imponente considerato che



Tropical aquariums

Exotic appetizers

# Kahiki

**A Polynesian Adventure**  
 To Islanders the word "Kahiki" means "Sail to Tahiti". The Kahiki's exotic South Sea atmosphere beckons with timeless enchantment and tropical splendor. Recently added to the National Register of Historic Places, you'll find the Kahiki to be a wonderland for travelers of all ages. Enjoy dining in the glow of the giant tiki fireplace, along the wall of tropical aquariums, or near the authentic rain forest.

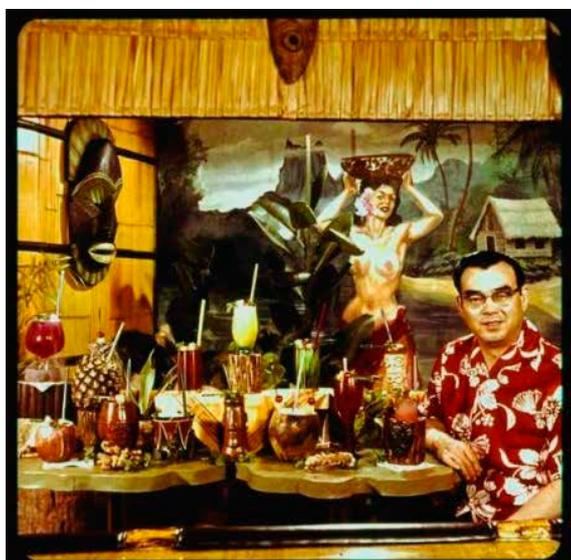
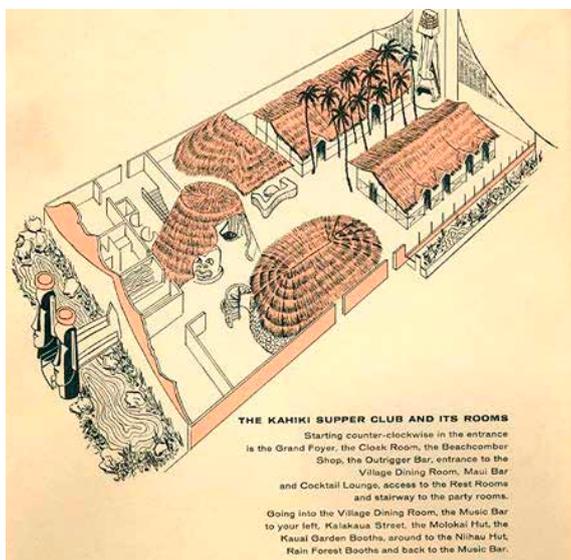
**Our Menus**  
 Whether it's an exotic dinner, lunch buffet or our incredible Sunday Brunch, a tantalizing array of exotic dishes and American entrees for diners of all ages awaits. Adults enjoy the tempting appetizers and children delight in the variety of refreshing desserts and drinks.

**The Kahiki is More**  
 Enjoy the sounds of our Islander Band on weekends. Luncheon and Banquet facilities are available for your parties and special events, as well as full off-site catering services. Kahiki Foods also creates the same restaurant quality cuisine for your home through our packaged and deli food division.

South Sea ambiance

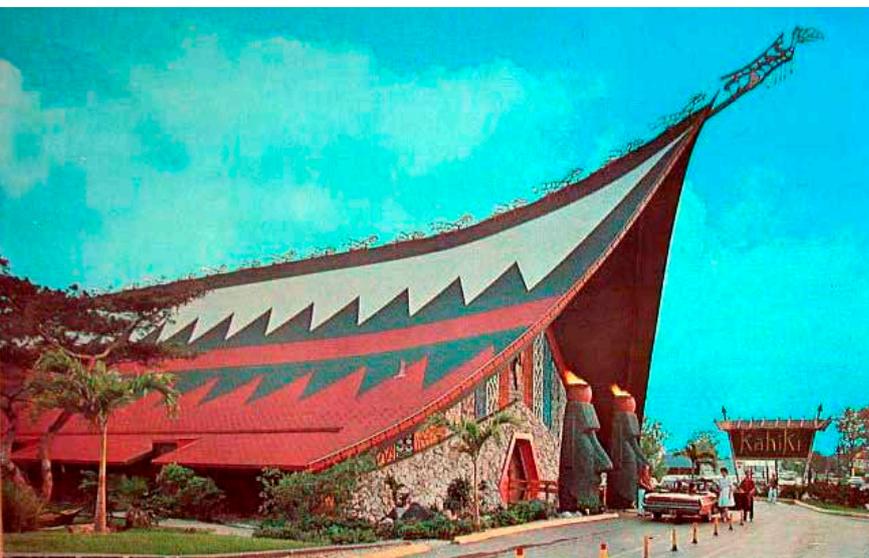
Festive libations

Tantalizing meals



pochi anni prima, il 28 dicembre 1956, l'apertura del Mai Kai era costata "solo" trecentomila dollari, ma allo stesso modo erano imponenti anche le strutture e i decori polinesiani che adornavano sia l'interno che l'esterno del locale. Il Kahiki Supper Club, il cui nome polinesiano, ri-

corda Tahiti o più espressamente "Sail to Tahiti", vide la luce nel 1961. "The ultimate goal of the architect... is to create a paradise. Every house, every product of architecture... should be a fruit of our endeavour to build an earthly paradise for people". Questo era il pensiero dell'ar-



chitetto Alvar Aalto al quale si ispirò il collega Bernard C. “Bennie” Altenbach.

Già amico personale di Bill e Lee, Altenbach seguì fin dal principio lo sviluppo di un locale con la stessa identica forma della antiche case/capanne della Nuova Guinea al cui interno erano riprodotte le quattro forze della natura: vento, acqua, terra e fuoco. Sino al 24 giugno 1995,

anno della sua morte, la sua mano nella struttura del locale era sempre evidenziata nei particolari. La collaborazione di altri artisti e architetti, permise la realizzazione di un'opera maestosa a cui si accedeva passando in mezzo a due giganti Moai dalla testa fiammeggiante. All'interno ogni minimo dettaglio era studiato appositamente, dalle luci agli effetti sonori agli effetti con l'acqua della fontana, il tutto adornato da creazioni Tiki originali fatte a mano o recuperate per tutta la West Coast. Gli ornamenti con piante tropicali abbondavano con forniture di alberi provenienti dalla Florida e addirittura, nel periodo di massimo splendore, veniva scaricato ogni mese un camion di foglie di banana.

Chiunque abbia tentato di descriverne i particolari si è dovuto arrendere all'incompletezza di immagini e parole, solo i ricordi di chi lo ha vissuto possono far affiorare la complessità di tutta la strut-



tura del Kahiki estesa complessivamente su oltre duemila metri quadrati. Infatti, fin dall'esterno, la vegetazione, i giochi dei colori dell'acqua della laguna e le fiammeggianti torce erano caratteristiche di un'atmosfera già avvolgente prima dell'ingresso al ponte in bamboo, dal quale si accedeva alla doppia porta di bronzo del locale. L'interno era strutturato come fosse un antico villaggio, le capanne interne erano il tetto di numerosi locali tra cui un guardaroba da seicento posti. Appena entrati il Kahiki accoglieva la clientela con una cascata, giochi di luce, Moai, conchiglie, fontane e decorazioni di ogni tipo. Nelle varie room, come al The Beachcomber Shop, venivano venduti, camicie, gadget, mug e souvenir Tiki provenienti dai paesi tropicali, all'Outrigger Bar si bevevano le ricette Tiki adattate dal barman Sandro Conti.

Il Village Dinning Room accoglieva oltre duecento persone sedute che potevano



usufruire ancora del Maui Bar e della sala Cocktail Lounge circondati dalla riproduzione delle foreste pluviali e l'inconfondibile sound della musica Exotica. I bagni erano arredati ad hoc con lavandini a forma di giganti conchiglie con delle teste Tiki che sputavano acqua calda e fredda, in fondo al locale una enorme statua Tiki di ben 8,5 metri di altezza ospitava cascate e un grande camino alla base.

Il locale fu subito un grande successo e, come racconta Bill, gli incassi furono da subito esorbitanti grazie alla provenienza di visitatori da ogni parte del mondo. Visitatori che potevano bere drink, emozionali e colorati che, più che esaltare le qualità del distillato, erano



utilizzati per creare sensazioni di stupore e allegria, come usuale in quella che è stata definita "seconda era Tiki". Ogni drink era venduto nel suo apposito bicchiere o mug. "Our colorful drinks were good for the happiness... and happiness was good for business". Queste, come racconta Skip Davis, barman per ventuno anni al Kahiki, erano il lavoro e la dote di Sandro Conti.

Sandro Conti, di origine italiana e vissuto in Italia fino a undici anni si trasferì

con la famiglia in Nicaragua prima di approdare negli Stati Uniti alla fine degli anni Cinquanta. Skip racconta che una domenica sera arrivò un giovane nel bar in cui lavorava. Era Sandro Conti. Per legge la domenica sera non era permesso servire drink oltre la

mezzanotte e dunque il bar era vuoto. A Skip venne l'idea di proporre al suo unico cliente di miscelarsi il suo drink da solo. Fu l'occasione per Sandro di entrare dietro il banco. Tra i due ci fu subito sintonia e passarono un'intera serata in

*Talento naturale per la miscelazione, Conti mise a punto il Mystery Cocktail ispirato alla Mystery Bowl*



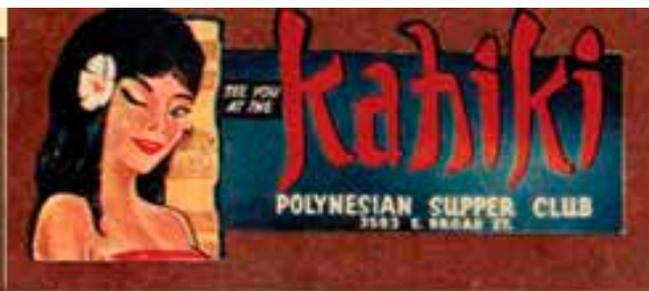
compagnia parlando spagnolo, l'unica lingua conosciuta da Sandro oltre l'italiano.

Le conoscenze sul Rum acquisite durante il periodo vissuto in Sud America portarono Sandro ad entrare nello staff di quello che sarà successivamente il Kahiki. L'elaborazione di nuovi drink era ormai una prerogativa del giovane barman che oltre a riprendere i segreti dei maestri passati e presenti del Tiki inventava, per una clientela crescente in modo esponenziale, nuove pozioni al Rum e non solo. Sandro fu talmente conosciuto da essere ispirazione per altri locali addirittura da essere ingaggiato come consulente di nuove aperture.

In carta entrarono subito nuovi cocktail come Sandro's Sin, Malayan Mist, Blue Hurricane, Instant Urge, Headhunter, Jungle Fever, Potent Passion and Smokey Eruption. Ma quello che ancora oggi può essere considerato il signature drink del locale rimaneva sempre il Mystery Cocktail ispirato alla Mystery Bowl del Mai Kai. Prima di essere servito questo



The Mystery Girl



**POLYNESIAN SPELL**

In a shaker with ice mix:

1 oz. Grape Juice  
 1½ oz. Dry Gin  
 ¼ oz. Triple Sec  
 ¼ oz. Peach Brandy  
 ½ tsp. Sugar  
 Juice of ½ Lemon

Shake and strain into  
 a champagne glass.

re operation. One of the most-asked questions is "why don't you take reservations?" The management feels that they can best serve the public with their present policy, which is putting names on a list at the maitre d' stand. These names are recorded as people arrive at Kahiki and request a table, and are called in their proper turn. Anyone who wishes may check the list at any time to

make sure that everything is fair and that no substitute name is added to the list ahead of their party. Another oft-asked question is "is it expensive to eat at the Kahiki?" No, no more so than at any other restaurant in town. Our lowest priced main course is \$1.95. One may also order appetizers without

drink era introdotto da rituali e danze delle Mystery Girls. Ancora una volta veniva riproposta la genialità di Don Beach che ispiratosi alle funzioni primordiali del punch e agli antichi rituali associativi polinesiani faceva del drink un'occasione di unione creata da forti legami sociali. Poter condividere un potente "Vulcano", una Kava Bowl di Trader Vic's o la Mystery Bowl creava un affascinante divertimento e stupore nei clienti. Nei momenti di massimo lavoro il Kahiki consumava circa mille ananas e duemila bottiglie di Rum ogni mese. Racconta Skip che ci fu un periodo, nel solo mese di maggio, durante il quale furono venduti circa diciottomila drinks esotici.

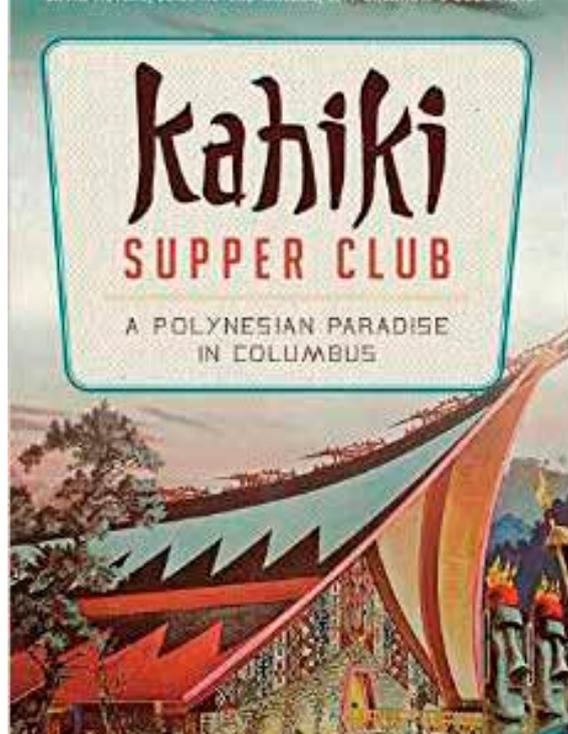
Nonostante fosse considerato uno dei migliori cento ristoranti degli Stati Uniti e fosse frequentato dalle star più conosciute di Hollywood arrivò il momento in cui il Kahiki iniziò subire i cambiamenti demografici ed economici del territorio. La metamorfosi socio-economica di Columbus rese la zona in cui si trovava il



**ATMOSFERE**  
 IN QUESTE  
 PAGINE ALCUNE  
 IMMAGINI  
 D'EPOCA DEL  
 KAHIKI.  
 QUI SOPRA  
 MICHAEL TSAO.

Kahiki poco frequentata, non appetibile e destinata al declino. Nel 1997 il locale fu iscritto al National Register of Historic Place, il registro per la conservazione dei posti storici per preservare la struttura, talmente impegnativa e bisognosa di restauro, che Michael Tsao, l'ultimo proprietario, non riuscì a far fronte all'investimento economico.

Il 26 agosto del 2000 il locale chiuse



definitivamente dopo trentanove anni. All'ultima grande festa parteciparono tutte le persone che vissero e frequentarono il Kahiki. Giornalisti, clienti, artisti, musicisti, celebrità e autorità politiche, persone provenienti da tutto il mondo arrivarono per salutare l'ultima volta il Kahiki. Il 22 giugno del 2005 si spensero anche le ultime speranze di una possibile rinascita di un Kahiki con la morte di Michael Tsao.

Sebbene in molti cercassero di salvare il Supper Club dalla demolizione, l'abbattimento del locale distrusse tutte le speranze. Ma il ricordo è ancora oggi

così influente che con il passare degli anni, associazioni, appassionati, imprenditori e clienti hanno continuato e continuano a manifestare lo spirito del Kahiki organizzando eventi, incontri e addirittura aprendo nuovi locali ispirati al tempio della cultura pop esotica. Così che ancora oggi in varie parti del mondo ci possa essere l'occasione di poter degustare i tipici piatti cantonesi e bere ancora i vecchi cocktail di Sandro Conti al Kahiki. La storia di questo leggendario Tiki bar è raccontata nel libro "Kahiki Supper Club".

**Gianni Zottola**

## LE RICETTE

### PORT LIGHT DI 1961 SANDRO CONTI

- 1 oz lemon juice
- ½ passion fruit syrup
- ¼ grenadine
- 1 ½ Bourbon Whiskey
- 8 oz crushed ice

#### PROCEDIMENTO

Tecnica: flash blend. Glass: tumbler alto. Guarnire con menta fresca.

Nota: in tutti i Tiki drink ,quando il ghiaccio viene dosato, significa che la tecnica è il flashblend.



### THE KAHIKI OUTRIGGER

- ½ oz succo di pompelmo
- ½ oz Falernum
- ¾ oz sciroppo di cannella
- 2 oz di Ron cubano ambrato

#### PROCEDIMENTO

Tecnica: shake and pour.

Glass: oldfashion con ghiaccio. Guarnire con menta fresca.





THE  
**TEQUILA**

**DonJulio** | **MAKE YOUR MOVE™**

DIAGEO PROMUOVE IL BERE RESPONSABILE

# BENVENUTI ALL'ISOLA

Tra celebrity e yachtsman l'indirizzo cool della perla dei Caraibi

di LUCA RASO



**S**t. Barth, perla delle Antille Francesi e riserva naturale, otto miglia quadrate di origine vulcanica i cui primi abitanti sono stati iguane e cactus, rinomata vita mondana e scorci paesaggistici di rara bellezza, un aeroporto la cui particolare dislocazione lo rende unico al mondo con i velivoli che planano quasi sulla spiaggia. E una capitale, Gustavia, così chiamata in onore del Re di Svezia Gustavo III, al cui regno St. Barthélemy (questo il nome per intero) appartenne prima di divenire definitivamente territorio francese nel 1878.

Questo incantevole scoglio nel mare fu scoperto da Cristoforo Colombo nel 1493

che decise di chiamarla così in onore di suo fratello Bartolomeo. L'originaria comunità era costituita dai bucanieri francesi che fecero di questa isola un rifugio sicuro sul quale accumulare le ricchezze depredate ai galeoni spagnoli. Ricchezze che servirono a tramutare fieri e indomiti pirati in uomini di affari i cui progetti si sarebbero visti nei secoli a venire. Per la verità si dice che il tesoro più grande, quello del feroce Daniel Montbars, detto lo Sterminatore, sia ancora nascosto da qualche parte sull'isola.

Rockfeller la consacrò come upper-class place nel 1957 e da allora St. Barth ha avuto un rapido e veloce sviluppo come



*Sdoganata da Rockefeller,  
Saint Barthélemy,  
piccolo gioiello delle Antille,  
conquistò nel 1957 lo statuto  
di upper-class place,  
fino a diventare esclusiva  
meta turistica del lusso*



#### ST. BARTH

QUI SOPRA DUE  
VEDUTE DI ST.  
BARTH. AL  
CENTRO E  
NELLA PAGINA  
ACCANTO GLI  
INTERNI  
FAMOSO  
LOCALE ISOLA.

meta turistica di lusso. Residenze, hotel e ristoranti sono consoni allo stile dei suoi visitatori e le regole sono discrezione e qualità. Su quest'isola che si percorre da un capo all'altro in non più di 20 minuti di macchina le attrattive sono spiagge e ristoranti.

Atmosfera elegante, sobria e discreta, tende rosse a coprire le finestre, arredi in legno, luci soffuse e candele sui tavoli per creare un clima molto intimo e raccolto. Benvenuti all'*Isola*, dal 2008 uno dei *place where to be* in questo piccolo ed esclusivo scoglio dell'arcipelago caraibico. Sembra un gioco di parole ma è molto di più. Come in tutti i ristoranti di rango anche all'*Isola* vi è un'anticamera di lusso, il bar, dove si ritrovano celebrity e yachtsman. È qui che prima di sedersi a uno degli eleganti tavoli del ristorante i facoltosi clienti si accomodano per un momento di ricreazione da grandi.

Il bancone del bar è posto a spartiac-

que tra la sala principale e la saletta posteriore, proprio di fronte alla porta d'ingresso. L'importanza strategica che ha il bar è data proprio dalla sua posizione: ottimale per accogliere al meglio signore e signori di tutto il mondo che si immergono in questo piccolo angolo di pura ospitalità italiana a 8.000 km di distanza dallo stivale. Lo staff al completo, cucina, sala, bar, è tutto rigorosamente italiano. Questa condizione risalta appieno, sia agli occhi dei clienti ben felici di trovarsi in un autentico clima italico, qualcosa di diverso dall'atmosfera un pò troppo seria dei restaurant francesi. Per la proprietà, italiana e già attiva con un altro ristorante a Venice Beach in California, il *Via Veneto*, l'italianità è stato il modello da esportare.

Al bar sono i classici aperitivi italiani a recitare i ruoli da protagonista: Americano, Negroni, Aperol o Campari Spritz, Rossini, Bellini, i masterpiece della miscelazione tricolore. Drink che sono forse



inflazionati nei bar del Belpaese, ma che qui trovano un giusto e meritato apprezzamento da parte di chi non è certo abituato a trovarli nelle proprie città. Ai tavoli, ad accompagnare primi e secondi piatti della tradizione italiana, grandi vini, tra i quali i super toscani Tignanello, Solaia, Guado

al Tasso, Sassicaia, Tenuta dell'Ornellaia, Masseto, la cantina Gaja dal Piemonte.

La clientela è prettamente statunitense, e quindi, Vodka straight up, Scotch Whiskey o Bourbon on the rocks sono molto richiesti. Ma siamo ai Caraibi e non si possono dimenticare i grandi e intra-



montabili classici della cultura caraibica, primo tra tutti il Ti Punch, emblema della vicina Martinica, ma anche il Planteur, il Mai Tai, il Dark 'n' Stormy, il Daiquiri, la Pina Colada, l'Anejo Highball di Dale De-Groff.

Ogni drink è rigorosamente accompagnato dal *complimentary amuse bouche* della casa: polentina frita con gorgonzola

e crema di mascarpone. È solo il preludio alla sinfonia di alcune delle più note specialità italiane: prosciutto e melone, caprese, parmigiana di melanzane, tartare di salmone, ai primi di pasta; pomodoro e basilico, arrabbiata, cacio e pepe, amatriciana, allo scoglio, all'aragosta, ai secondi; tagliata, fiorentina, nodino di vitello, cotoletta alla milanese, ai contorni,

## SIGNATURE DRINK DE L'ISOLA

### TOBACCO FASHION

#### INGREDIENTI

- Angostura bitter
- Dale De Groff's Pimento bitter
- sugar
- 1 oz Perique tobacco liqueur
- 1 oz Maker's Mark Bourbon

#### PROCEDIMENTO

Build. Glass: old fashioned glass. Guarnizione: lemon e orange peel



### GINGER MARTINI

#### INGREDIENTI

- Rondelle di zenzero muddled
- 2 oz Belvedere Vodka
- ¾ oz succo di lime
- ¾ oz sciroppo di pompelmo

#### PROCEDIMENTO

Double strained - straight up. Glass: doppia coppa. Guarnizione: zenzero e lime





**BARMAN**

DARIO PAOLUCCI AL LAVORO AL BANCONE DELL'ISOLA.

ai dolci e gelati fatti dai pasticceri.

Come funzionano gli approvvigionamenti su un'isola così piccola e lontana? Per la maggior parte arrivano dalla Francia continentale, dalle isole dei Caraibi per frutta e verdura, USA per la carne, pesce dal Mediterraneo. La pasta fresca è fatta in casa e dall'Italia arrivano prodotti come olio extravergine e aceto balsamico, pa-

sta, parmigiano reggiano, grissini torinesi, burrata pugliese, prosciutto di Parma o culatello, dal Mediterraneo orate e spigole.

Al bar vi è il romano Dario Paolucci, classe 1981, appassionato di drink sin dai tempi del liceo, dove durante le feste con gli amici si cimentava nella creazione dei primi cocktail classici. Nel 2007 Dario corona uno dei suoi desideri e inizia

**BAIT & SWITCH**

**INGREDIENTI**

- 1+½ oz Grey Goose Citron Vodka
- ½ oz Cointreau
- ½ oz succo di limone
- 1 oz mango purea
- 2 fettine di jalapeno
- sale

**PROCEDIMENTO**

Double strained - straight up. Glass: doppia coppa. Guarnizione: jalapeno



**IL SICILIANO**

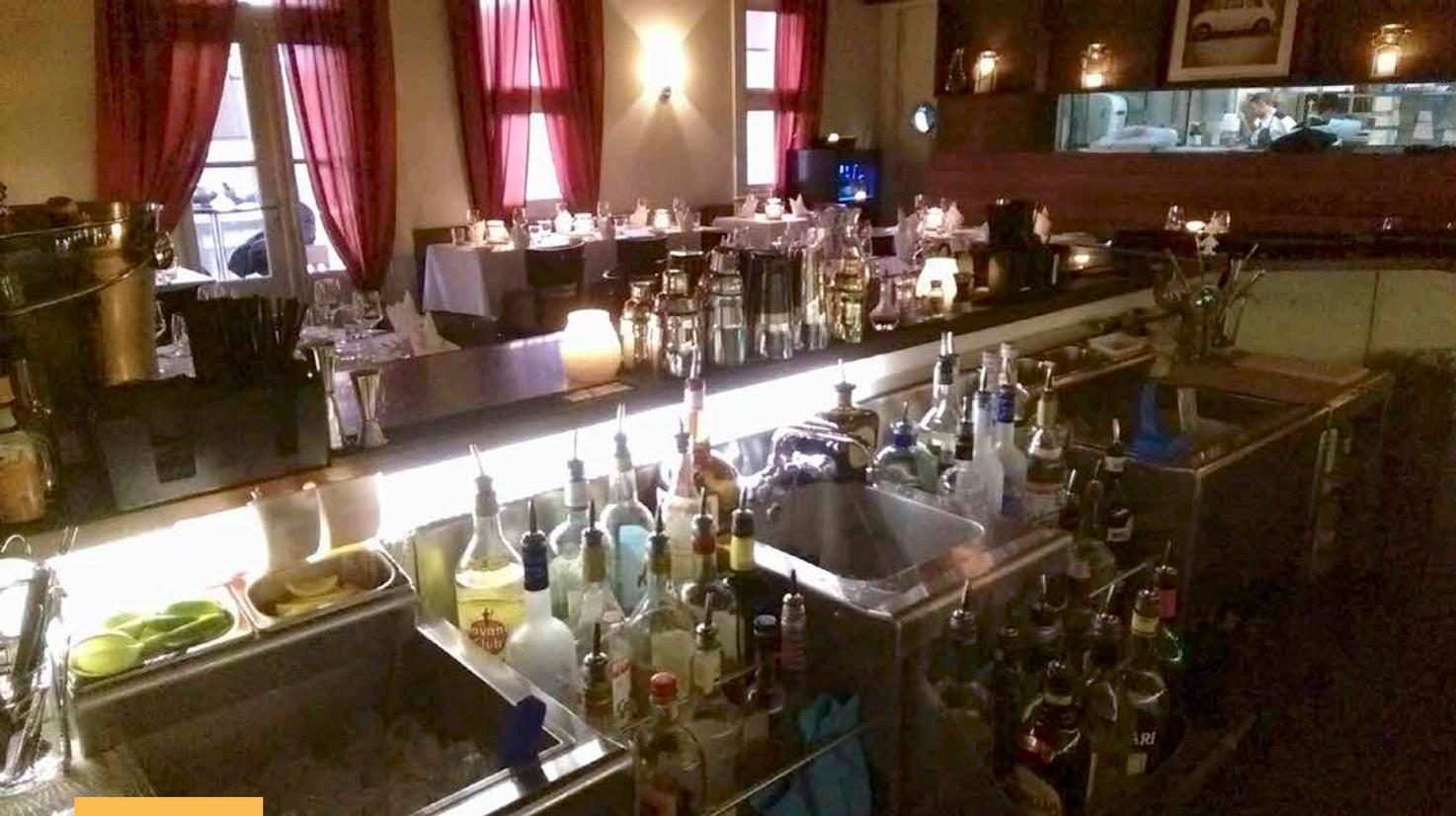
**INGREDIENTI**

- Fette di arancia muddled
- ½ oz succo di limone
- 2 oz Ketel One Vodka
- foglie di basilico

**PROCEDIMENTO**

Double strained - straight up. Glass: doppia coppa. Guarnizione: foglie di basilico.





#### L'ISOLA

ANCORA DUE BELLE IMMAGINI DELL'INTERNO DEL LOCALE AI CARAIBI CON DARIO PAOLUCCI AL BANCONO.

la sua avventura professionale dietro al bancone di un bar. Dapprima cinque anni in un cocktail bar di Roma Nord, poi una parentesi in un noto locale del quartiere Testaccio prima di approdare al Gin Corner dell'Hotel Adriano nel 2013.

È sempre negli alberghi che le occasioni si presentano sotto forma di incontri e strette di mano, sotto forma di hosting. È qui che riceve una curiosa proposta: essere disposto a partire e a passare (almeno) una stagione lavorativa al caldo nei Caraibi, in uno dei posti più cari ed esclusivi del pianeta, una piccola isola di pochi chilometri quadrati situata nelle Antille Francesi. Un sogno, per molti, che ancora continua. Da allora Dario si prende cura di persone che hanno bisogno di qualcuno che in certi momenti si prenda cura di loro, come un barman di fiducia.

Roman Abramovic, Paul McCartney, Leonardo di Caprio, Michael J. Fox, Demi Moore, Bono Vox, Rihanna, Victoria Silvstedt, Kate Moss e la loro cerchia di amici e colleghi sono clienti abituali. Difficile rompere la discrezionalità di Dario ma un segreto riusciamo a strapparli: Sir Paul McCartney beve Margarita, straight up,



con splash di succo di arancia e fa molta attenzione a che la crosta di sale sia solo esterna per non finire dentro alla coppa.

Una breve vacanza in Italia nel dicembre scorso, giusto il tempo per vincere la *Jerry Thomas Cocktail Competition* con la sua polibibita "Motocarozzetta spiritosa in divenire", e poi Dario è ripartito per riprendere a sognare.

**Luca Raso**



# FINEST CALL PREMIUM COCKTAIL MIXES

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL



**Finest Call Premium Cocktail Mix is used to create high quality, consistent, quick and profitable cocktails for bar and restaurant operators worldwide.**



*Puree Collection*



*Specialty Cocktails*

THE **ORIGINAL**

STORE AND POUR PACKAGE



*Bar Essentials*



“ Scopri la gamma completa sul sito [www.onestigroup.com](http://www.onestigroup.com)  
Distribuito in esclusiva da Onestigroup S.p.A.  
Contatti Tel. +39 0523 24 55 11  
[customerservice@onestigroup.com](mailto:customerservice@onestigroup.com)”

**American Beverage Marketers** Delivering the Ultimate Cocktail Experience

# DAL PIPPERMINT AL BRANCA, TUTTA LA MENTA DA BERE

## Attraverso la saga dei Get e il tocco magnifico di Cezanne

DI FABIO BACCHI

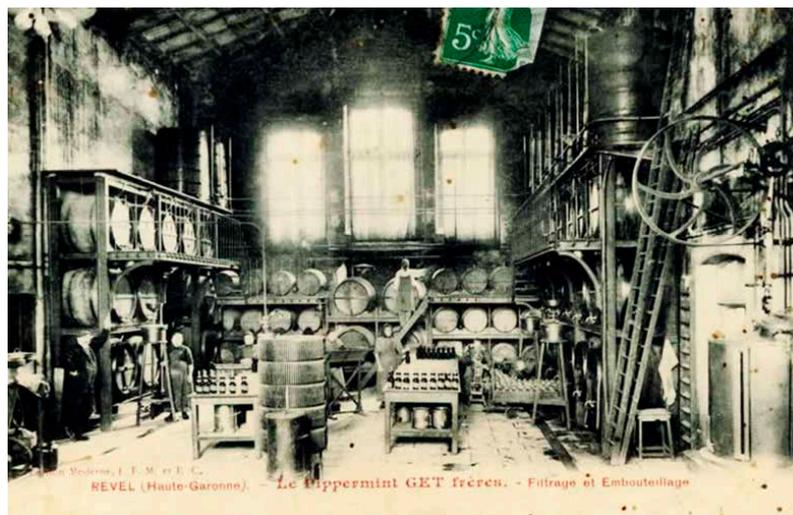
«**D**obbiamo restare uniti se non vogliamo essere impiccati separatamente». Così mormorava Beniamino Franklin mentre apponeva la sua firma sulla Dichiarazione d'Indipendenza degli Stati Uniti d'America. Con quell'atto tutti gli uomini che si trovavano sul suolo americano, di qualsiasi credo, razza e religione potevano considerarsi uomini liberi.

Gentiluomo del Sud, arguto ed intelligente, entusiasta, il vecchio Beniamino decise che era il momento di brindare alla fine di un lungo periodo di lotta. Lo fece con il suo liquore preferito, il Peppermint, il cui segreto lo aveva ottenuto dagli indiani. Kiowa, Dakota, Omaha, Menomini, Objibwa, Blackfeet, tutte le tribù indiane d'America conosce-

vano le proprietà della menta piperita. Diversi tipi di menta erano consumate come decotto medicinale, nella cucina, fumata nei kalumet. La menta era considerata una benefattrice da tutte le tribù indiane. Non sappiamo quale tribù fu la prima, ma, sappiamo che a un certo punto gli indiani cominciarono a mescolare decotto di menta con l'alcol che i bianchi avevano loro fatto conoscere.

Agli inizi del 1800 molti indiani Cheyenne abbandonarono il nomadismo per diventare agricoltori e impararono dai messicani a coltivare la vite. Facevano fermentare i grappoli d'uva con corteccia di quercia e foglie di menta per ottenere l'antenato del Peppermint. Ben presto il liquore di menta sarebbe passato, dalle rudimentali





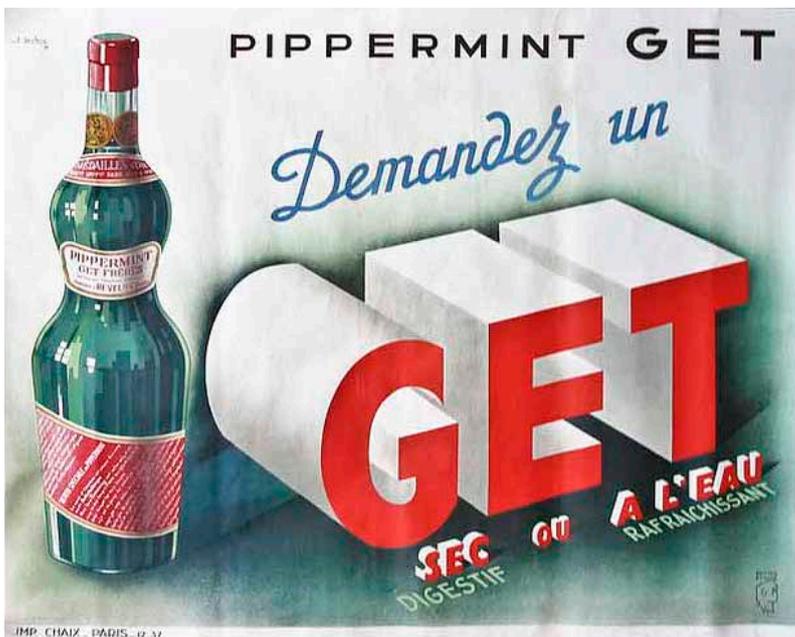
borracce in pelle di indiani e trapper, in bottiglie di elegante fattura.

I francesi furono i primi a diffondere nel mondo questo liquore. Nel 1796 a Revel, piccolo comune dell'Haute Garonne in Francia, vi era una delle più grandi distillerie del tempo. Era stata fondata da Francois Pons, liquorista botanista, che elaborò un liquore alla menta che sareb-

be poi stato commercializzato in tutto il mondo. E fu qui che nacque la saga di una famiglia, i Get, che avrebbe legato il suo destino a un liquore di menta e al paese di Revel.

Francois Pons si sposò ed ebbe sette figli tra i quali Isidore che lo avrebbe affiancato in distilleria. I Get erano precedentemente conosciuti per la loro tra-

**STORIA**  
 NELLA PAGINA ACCANTO BENIAMINO FRANKLIN. QUI IN ALTO ALCUNE SPECIE DI MENTA, UNA MAPPA DELLE TRIBÙ INDIANE E ALCUNE IMMAGINI D'EPOCA DELLA DISTILLERIA DELLA FAMIGLIA GET.



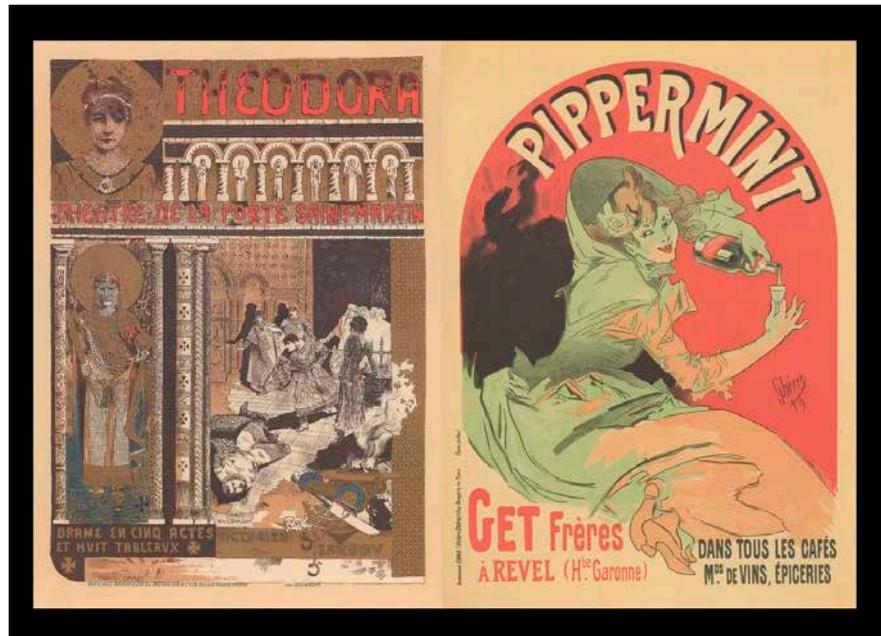
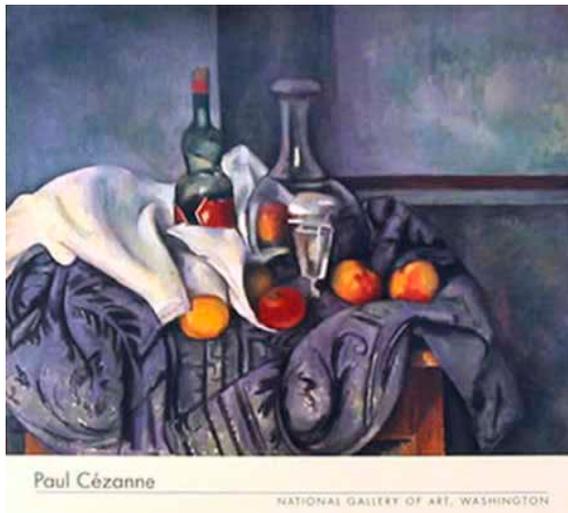
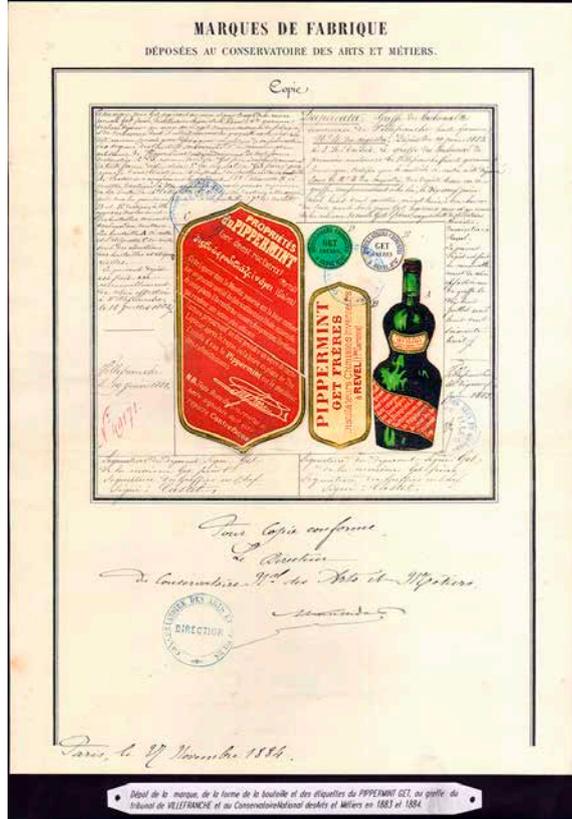
dizione familiare di artigiani conciatori, tradizione che si interruppe quando i fratelli Jean e Pierre decisero di impiegarsi nella locale distilleria.

Nel 1843 Jean Get, ventiquattrenne, è il contabile della distilleria. Dotato di spiccato acume commerciale, insieme al fratello Pierre e a Pierre Dirat, futuro sindaco di Revel e del quale aveva sposato la figlia, rileva da Isidore Pons, figlio di Francois, la proprietà della distilleria che sarà chiamata Bonbonnière. Il liquore

sarà prodotto qui sino al 1975. Nasce la società Dirat & Get poi divenuta Get Frères alla morte di Pierre Dirat nel 1858.

La ricetta venne migliorata usando sette differenti tipi di menta provenienti da Asia, America ed Europa, il loro olio essenziale estratto per distillazione, alcol e zucchero, grani di pepe e altri aromi naturali. La gradazione alcolica variò diverse volte nella storia, ma sarebbe stata sempre qualcosa di diverso dai molti alcolati aromatizzati che avrebbero tentato di imitare un capolavoro della liquoristica internazionale.

Nel 1860 Jean Get era a cena in un albergo di Perpignan e fu colpito dalle fattezze della lampada a petrolio che illuminava la sua tavola. Fu questa l'immagine che ispirò il design della futura e attuale bottiglia. Il liquore viaggiava via mare verso tutti i mercati del mondo e i marinai inglesi chiamarono la Crème de Menthe luce di tribordo. Mancava ancora un nome che completasse l'identità del prodotto e nel 1868 Jean Get pensò di usare il termine derivato dalla contrazione francoinglese, pippermint, per armonizzare le parole *menthe poivrée*. Era nato



Pippermint Get, il più famoso liquore di menta del mondo.

Il nome Pippermint venne depositato il 18 luglio 1868 presso il Tribunale di Villefranche di Lauragais insieme a un esemplare della bottiglia vuota e due etichette autenticate. Ciò nonostante i Get dovettero combattere le molte imitazioni del loro prodotto. Nel 1890 Paul Cézanne, grande estimatore del Pippermint Get, avrebbe immortalato la bottiglia in uno dei suoi dipinti oggi esposti alla National Gallery di Washington.

Dopo una vita dedicata allo sviluppo economico del loro paese e al liquore che

lo rappresentava nel mondo i due fratelli passarono la mano a generi e collaboratori. Pierre Get si spense il 18 luglio 1889 seguito da Jean il 18 aprile 1900. Nel 1970 il Pippermint Get sarebbe diventato Get 27 a testimoniare il nome del creatore e la gradazione alcolica. Il liquore di menta bianca, il Get 31, sarebbe arrivato sei anni dopo.

Il Get 31 è meno dolce, ha 31° abv e un sapore più glaciale. Le foglie delle diverse menta sono distillate separata-



mente. Le essenze ottenute, miscelate e ridistillate. Il distillato ottenuto viene lasciato riposare qualche mese per poi essere ridistillato. Oggi, dopo essere passato per diverse proprietà multinazionali, il brand Get è prodotto a Beaucaire nella regione di Gard e la Bonbonnière è divenuto l'Espace Culturel Get. Nel 1800 in

tutto il mondo i farmacisti si applicavano anche nella liquoristica legando spesso il proprio nome a prodotti di successo.

Mentre Jean Get acquisiva la sua azienda, a Chaudron-en-Mauges il 14 aprile 1842, nacque un altro personaggio che avrebbe lasciato il suo segno nella liquoristica, Emile Giffard. Orfano di madre

## LE RICETTE

### SPRING ST. di Gianluca Amato Bamboo Bar - Armani Hotel - Milano

#### INGREDIENTI

- 45 ml Tanqueray Gin
- Tranci di lime
- 2 cucchiaini di zucchero mascovado
- 20 ml succo di frutto della passione
- Ghiaccio Tritato
- Top di Brancamenta

#### PROCEDIMENTO

Muddled. Glass: Old Fashioned glass. Guarnizione: shell di passion fruit e germoglio di menta.

Tagliare il lime a metà privarlo della parte amara centrale, disporre circa 6/8 pezzetti in fondo al bicchiere, aggiungere due cucchiaini di zucchero mascovado. Agire con il muddler e mescolare e la polpa filtrata di passion fruit. Colmare con ghiaccio tritato e mescolare il Gin.

Mescolare il tutto dal basso verso l'alto e terminare con un float di Brancamenta.



### HUDSON RIVER di Gianluca Amato Bamboo Bar - Armani Hotel - Milano

#### INGREDIENTI

- 45ml Buffalo Trace
- 10ml Noilly Prat
- 15ml Get 27
- 5 ml Ruby Port
- 10ml succo di arancia.

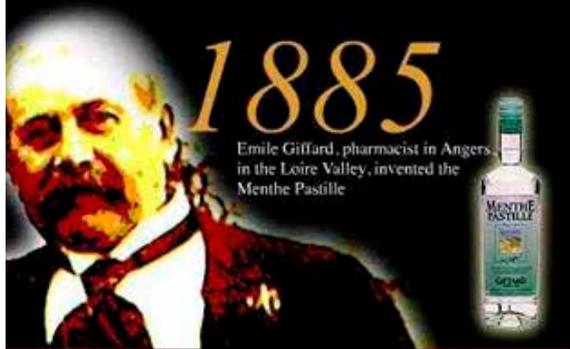
#### PROCEDIMENTO

Build. Glass: Highball con ghiaccio.

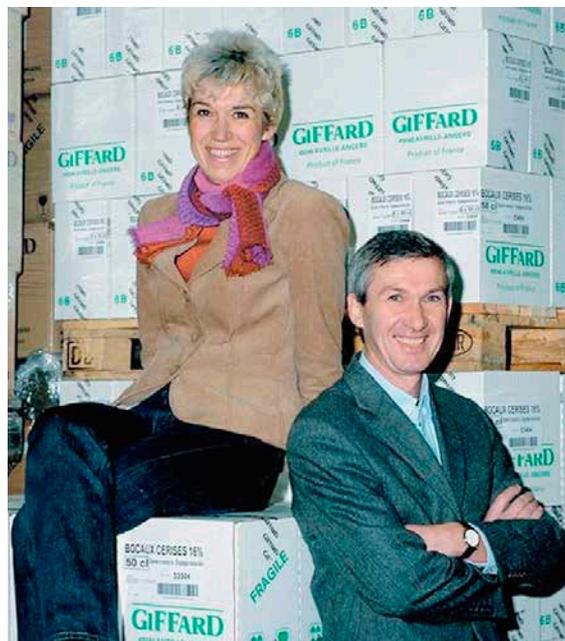
Guarnizione: orange slice e germoglio di menta.

In un tumbler alto inserire gli ingredienti alcolici nell'ordine. Aggiungere il ghiaccio, mescolare delicatamente e colmare con il succo di arancia fresca filtrata.





Emile riuscì a laurearsi in farmacia a Parigi con il massimo dei voti; Farmacista di Prima Classe. Nel 1868 aprì il suo laboratorio a Issy - les - Molineaux che però fu distrutto dalle vicende belliche del 1870 ed Emile fece ritorno nella sua regione natale ad Anjou. Chiese aiuto finanziario a suo padre, commerciante di tessuti, e nell'agosto 1879 ad Angers aprì la Farmacia Giffard in un edificio che ospitava anche la confiserie Ruby e il Grand Hotel collocato su tutto il 3° piano. In questo hotel lavorava un caffettiere che avrebbe legato la sua storia a quella di Emile: Antoine Chottin.



**PRODUTTORI**  
 ALCUNE  
 IMMAGINI  
 DELLA STORIA  
 DELL'AZIENDA  
 GIFFARD.  
 IN QUESTA  
 PAGINA, IN  
 ALTO A  
 SINISTRA EMILE  
 GIFFARD IN  
 UNA  
 PUBBLICITÀ  
 D'EPOCA. QUI A  
 SINISTRA  
 EDITHE E  
 BRUNO  
 GIFFARD.

**MINT DEJÀ VU di Riccardo Semeria**  
**The Fumoir Bar - The Claridge's Hotel - Londra**

**INGREDIENTI**

- 10ml Brancamenta
- 50ml Hennessy Fine de Cognac
- 15ml Dolin Dry Vermouth
- 10ml DOM Benedictine
- 4 gocce Assenzio



**PROCEDIMENTO**

Shake & Strain. Glass: copetta cocktail aromatizzata con Assenzio. Guarnizione: sottile bastoncino di liquirizia.

**JEANPIERRE di Riccardo Semeria**  
**The Fumoir Bar - The Claridge's Hotel - Londra**

**INGREDIENTI**

- 15ml Get 27
- 50 Green Chartreuse
- 2 fettine di zenzero
- 20ml succo di limone
- Top di soda alla mela verde\*



**PROCEDIMENTO**

Shake & Double Strain. Glass: Collins. Guarnizione: rondelle di mela verde e germoglio di menta.

Pestare lo zenzero e aggiungere gli altri ingredienti.

\*Per la soda: centrifugare delle mele verdi, filtrare in un sifone e caricarlo con 2 capsule da selz.



L'estate del 1885 fu canicolare. Emile Giffard con i suoi studi sulle virtù digestive e rinfrescanti della menta piperita aveva elaborato un liquore di menta assolutamente trasparente. Approfittando del caldo, e con l'aiuto di Antoine, cominciò ad offrirlo ai clienti del Grand Hotel suggerendone il consumo con ghiaccio tritato, o allungato con acqua naturale o gassata per combattere arsura e calore. Questo

liquore di menta era prodotto con menta inglese proveniente da Mitcham nel Surrey dove sin dal 1750 era presente una varietà di menta chiamata Mitcham Black. Durante la seconda guerra questa varietà di menta quasi si estinse perché non più coltivata. Oggi la Black Mitcham Mint è tornata a nuova vita grazie all'impegno dell'industriale della mostarda, Michael Colman, che ha investito nella

## LE RICETTE

### MINT PUNCH di Nicola Ruggiero Katuscia Cocktail Bar- Bari

#### INGREDIENTI

- 3/4 oz. Get 31
- 1.1/4oz. Stravecchio Branca
- 1 bsp oleo saccharum di arancia e limone
- 1/2oz succo di limone
- 2 dashes Fernet Branca bitter

#### PROCEDIMENTO

Shaker e Double Strain. Glass: tumbler con ghiaccio. Guarnizione: germoglio di menta



### BRRR... JULEP di Christian Teducci Octavius @ The Stage - Milano

#### INGREDIENTI

- 45 ml. Mount Gay Extra Old
- 10 ml. Brancamenta
- 15 ml. Velvet Falernum
- 15 ml. succo fresco di lime
- gocce di Rhubarb Bitter
- foglie di menta freschissima

#### PROCEDIMENTO

Swizzle. Glass: Julep cup con crushed ice. Guarnizione: germoglio di menta, more, zucchero a velo profumato alle fave di Tonka.





sua riproduzione.

Il prodotto piaceva ed Emile decise di avviarne la produzione in società con Antoine Chottin. Chiamò il suo liquore Menthe Pastille con riferimento alle pastiglie di menta che erano consumate in

quel periodo. È il momento in cui Emile Giffard abbandona l'attività farmaceutica per dedicarsi alla liquoristica insieme ad Antoine con cui condividerà il progetto sino al 1888 per poi separarsi. L'azienda si ingrandì con la produzione di altri liquori

### **MENTA DI BACCO di Tommy Colonna Cafè Gambinus - Gravina di Puglia**

#### **INGREDIENTI**

- 40ml Gordon's Special Dry
- 1 cl sciroppo di rosmarino e lemongrass
- 2 tsp Brancamenta

#### **PROCEDIMENTO**

Shaker. Glass: cocktail cup. Guarnizione: twist di bergamotto.



### **NO REGRETS di Massimo Stronati The Doping Club - The Yard Milano Hotel**

#### **INGREDIENTI**

- 50ml Monsieur Gin del Professore
- 20 ml Marsala Florio Barricato 2010
- 10 cl Menthe Pastille Giffard
- 4 gocce Fernet Branca

#### **PROCEDIMENTO**

Stir & Strain. Glass: coppetta. Guarnizione: lemon twist.





e figli, nipoti e pronipoti si susseguiranno nell'azienda. Nel 1972 la distilleria si trasferisce ad Avrillé. Oggi l'azienda è ancora guidata dai discendenti di Emi-

le Giffard, Bruno e sua sorella Edith, figlie di Jacques Giffard, e produce più di 100 prodotti distribuiti in 50 paesi. Ma l'epoca dei grandi liquori, Ratafià e rosoli andava inesorabilmente mutando. Il consumo di questi liquori, un tempo consumati come digestivi o allungati con acqua nella stagione calda si sarebbe poi evoluto con l'impiego in miscelazione. Tra i *masterpiece* della miscelazione classica con un liquore alla menta il più celebre è

## LE RICETTE

### GENTLEMAN JULEP di Stefano Agostino The Doping Club - The Yard Milano Hotel

#### INGREDIENTI

- 30ml Dolin Dry
- 30ml Averna
- 15 ml Menthe Pastille Giffard
- 1 bsl caster sugar
- 3 foglie di menta
- 4 gocce Bob's bitter cardamomo
- 1 splash acqua
- 1 spray olio essenziale anice stellato Alajmo (optional)

#### PROCEDIMENTO

build: Glass: Julep cup con crushed ice. Guarnizione: con germoglio di menta.



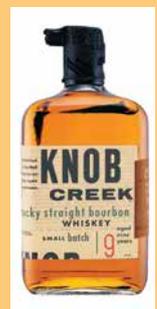
### MEANTIME di Caludio Peri The Zetter Townhouse Marylebone - Londra

#### INGREDIENTI

- 50 ml Knob Creek Bourbon
- 15 ml orzata
- 10 ml sciroppo di zucchero
- 20 ml succo di lime
- 15 ml Brancamenta
- spray di chocolate bitter

#### PROCEDIMENTO

Shake & Strain. Glass: double Old Fashioned colmo di ghiaccio tritato. Il Chocolate bitter va nebulizzato sopra il cappello di ghiaccio a scaglie. Guarnizione: folto mazzetto di menta.



sicuramente lo Stinger inventato da Frank Meier all'Hotel Ritz di Parigi.

E in Italia? Probabilmente il più antico liquore di menta messo in vendita fu proprio un prodotto italiano, la Menta Sacco. Venne creato da Giovanni Raffaele Sacco, un liquorista di Pinerolo. La distilleria nella quale era prodotto il liquore era di proprietà di Amilcare Mulassano, fondatore del Caffè Mulassano di Torino e nel quale campeggia ancora un vecchio specchio con la scritta Menta Sacco dietro il bancone del bar. Il successo della Menta Sacco era legato a Pancalieri, un piccolo paese vicino Torino che vanta una delle migliori produzioni di menta al mondo. La fama di questa menta riuscì a conquistare il mercato internazionale sotto la denominazione di *Menta Piemontese*. Il pregio dell'olio di menta del Piemonte è dovuto alla dolcezza del suo profumo, alla persistenza, finezza e freschezza del gusto che lo differenzia dagli oli di menta di tutte le altre produzioni. Gli esperti lo considerano il migliore del mondo.

Con il ritorno dei bitter in miscelazione l'impiego di liquori con menta sta vivendo oggi una seconda giovinezza. E anche qui l'Italia riesce a dire la sua grazie al Branca Menta che proprio in miscelazione sta calamitando una nuova e forte attenzione. Discendente del suo celeberrimo antenato, Brancamenta contempla una formula segreta, composta da erbe e spezie, è arricchita dall'olio essenziale di menta piperita piemontese. È un liquore amaro di alta qualità, naturale e particolarmente rinfrescante con una nota amaro balsamica. Ha 28° e il consumo viene suggerito in long drink, come aromatizzante di cocktail, liscio ma sempre ben freddo. Brancamenta ha una modalità di consumo che riprende quell'idea e



**MASTERPIECE**

FRANK MEIER  
INVENTORE DEL  
PIÙ CELEBRE  
LIQUORE ALLA  
MENTA: LO  
STINGER  
DELL'HOTEL  
RITZ DI PARIGI.

quell'immagine di bicchiere scolpito nel ghiaccio diventato vera e propria icona della pubblicità italiana.

Brancamenta nacque negli anni '60 in un periodo caratterizzato da forti cambiamenti. La moda di chiedere un Fernet con un po' di sciroppo di menta diede la spinta a iniziare la produzione di una bevanda che avesse come base il Fernet e un ingrediente caratterizzante come la menta sotto forma di olio essenziale naturale. In un momento in cui la scena mondiale del bartending sta vivendo un nuovo periodo dorato, Brancamenta è fiero ambasciatore della più tradizionale arte liquoristica italiana.

**Fabio Bacchi**

(Foto Get  
Courtesy Societè d'Histoire  
de Revel Saint - Ferréol)



# IL TESORO DEI MAYA

Tempo devozione e passione:  
la ricetta dei Ron Solera

DI DAVIDE STAFFA

**U**no spaccato dell'America centrale più bella e affascinante, vulcani imponenti e ancora attivi, le rovine maya più maestose a testimoniare un passato glorioso e ancora oggi misterioso che nasconde i segreti di una

civiltà all'epoca avanzatissima, condita da crudeli riti tribali ma anche ingegno senza pari per l'epoca.

Il Guatemala presenta una natura ancora selvaggia, nella quale la canna da zucchero cresce rigogliosa, ma è marto-



riato dai terremoti più distruttivi. Il susseguirsi di regimi la cui politica ha portato una guerra civile lunga 30 anni sembra passato e il paese si è oggi faticosamente risollevato. Il Guatemala è il cuore della cultura maya dell'America centrale, a lungo perseguitata dal governo, ma ancora viva e vegeta. Essa si tramanda nelle antiche rovine di Tikal e nei riti maya-cattolici di Chichicastenango, nei variopinti e sgarbati costumi di ogni giorno.

L'economia del Guatemala, rurale e turistica, vanta un prodotto che per le sue particolarità si è guadagnato l'attenzione del mondo intero diventando una delle prime voci nella bilancia dell'export. Il Ron del Guatemala è prodotto da una realtà aziendale che sovrintende alla produzione di Ron nella sua totalità. La Industrias



Licoreras de Guatemala è stata fondata da tre famiglie: Giròn, Estrada e Gordillo nel 1914.

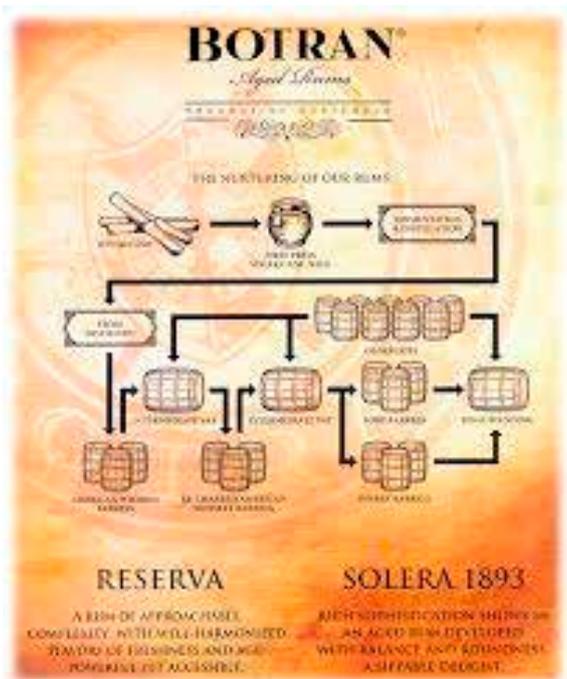
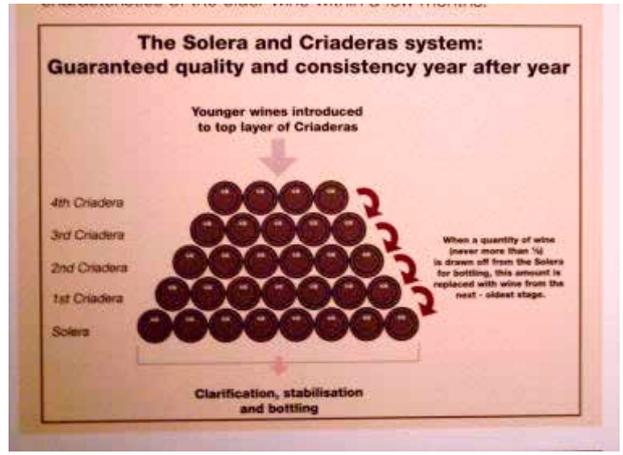
La Licorera Zacapaneca, nata nel 1930, produce i Ron Zacapa e Venado utilizzando la melassa di produzione dei locali mulini per ottenere l'aguardiente, e lo sciroppo di zucchero di canna vergine del mulino Tullulà Sugar Mill del comune di San Andrés

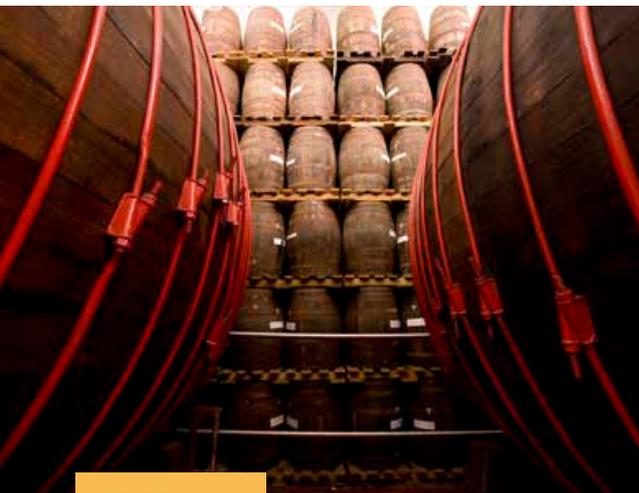


Villa Seca nel dipartimento di Retalhuleu. Il Ron Venado è destinato prettamente al consumo locale. Durante gli anni Quaranta, questa giovane industria ricopriva già un ruolo importante nell'economia del paese. Il governo emise una legge su alcol, bevande alcoliche e fermentate, che costrinse i distillatori a creare riserve d'epoca per garantire la qualità dei prodotti.

Il suolo di origine vulcanica e il clima tropicale assicurano un'alta concentrazione zuccherina alle piante. La maturazione avviene naturalmente e la canna viene tagliata intorno al dodicesimo mese, per l'85% ancora a mano, perché arrivi integra a San Andres Villaseca, sede dell'Industria

Licoreras de Guatemala. Il miele di canna da zucchero è il succo vergine di canna parzialmente disidratato dalla parte acquosa. Questo processo di disidratazione permetterà una riduzione di volume per una migliore conservazione nel tempo ed eviterà aromi troppo vegetali ed erbacei nel distillato finale. La fermentazione del miele di canna avviene in grandi recipienti per 110/120 ore utilizzando i lieviti estratti dal frutto dell'ananas. La distillazione è a 92 % abv in una colonna che misurerebbe 23 metri di altezza ma è stata volontariamente divisa a metà in quanto l'altezza troppo elevata rischiava di subire danni provocati dai forti venti delle tempe-





#### ZACAPA

QUI SOPRA UNO SCORCIO DELLA CANTINA, A DESTRA LORENA VASQUEZ, MASTER BLENDER ZACAPA. NELLA PAGINA ACCANTO UN MOMENTO DELLA DEGUSTAZIONE.

ste tropicali. L'azienda produce anche altri marchi importanti come Botran, Montecristo, Zaya e Malteco.

La Licorera Quetzalteca, industria di liquori, è nata tra gli anni 1911 e 1923 grazie all'intraprendenza dei fratelli Venancio, Andrés, Felipe, Jesus e Alejandro Botran, figli di Andrés Botrán García e di Paula Merino Requejo, originari di Burgos in Spagna. Nel 1940 furono costruiti i magazzini situati a oltre 2300 metri s.l.m. a Quetzaltenango, per custodire i barili di Bourbon e Whisky usati per l'invecchiamento. Il Ron prodotto viene ridotto di grado a 60% abv e trasportato in cisterne su camion presso

il magazzino di invecchiamento in cima alla montagna.

La casa por encima de las nubes – la casa sopra le nuvole – si trova a 2.333 metri sul livello del mare. Un microclima, tipicamente montano, aria frizzante e tersa. Siamo a Quetzaltenango, seconda città più po-

polosa del Guatemala. Invecchiare i Ron a questa altezza, con clima e ambiente più freschi, limita fortemente la quantità di alcol che evapora naturalmente durante gli affinamenti. L'invecchiamento in altura

è una particolarità dei Ron di questa regione. Un secondo motivo è che a temperature più basse l'estrazione e la cessione al distillato dei sentori legno di rovere sviluppa un aroma differente rispetto quello ottenuto da un affinamento a temperature più elevate, come spesso capita per una buona parte dei Ron.

Una caratteristica di questa distilleria è che ci sono alcuni mastri bottai che si occupano della rigenerazione delle botti usate. Le botti vengono smontate per permettere il raschiamento delle doghe, riassemblate e ritostate a fiamma di gas. Dopo un periodo di invecchiamento di circa tre anni i Ron vengono travasati in un serie di botti con la tecnica di invecchiamento tipicamente spagnola detta Solera. Le botti utilizzate nella fase finale sono originarie del Limousine francese e che hanno precedentemente contenuto vino spagnolo liquoroso Pedro Ximenez. Al termine di questo periodo i Ron di diversi invecchiamenti (100 barili per volta) vengono versati in unica cisterna. Questo procedimento serve per miscelare, uniformare e mantenere così un profilo preciso e costante del prodotto finale. Dopo la filtrazione si procede all'imbottigliamento che avviene presso l'Industria Licorera di Eukzadi, nata nel 1930, dove oggi è stata montata la linea di imbottigliamento. Attualmente l'azienda impiega circa 4.000 dipendenti

*Invecchiamento  
in altura e  
rigenerazione  
delle botti sono  
alcune delle  
caratteristiche del  
Ron del Guatemala*

e il suo obiettivo è quello di distillare e produrre alcol neutro, aguardiente, Ron, Brandy e Vodka. Altre aziende del gruppo operano in Honduras e a El Salvador.

Zacapa Centenario è un Ron guatemalteco prodotto dalla Licorera Zacapanenca S.A. di Zacapa. Il Guatemala è una terra generosa, con laghi e vulcani, bagnata dai due oceani; queste condizioni di suolo, luce e temperatura si fondono per regalare caratteristiche uniche ed ineguagliabili al sapore e all'aroma dei Ron che si producono nella regione. Zacapa Centenario venne prodotto la prima volta nel 1976 per celebrare il centenario della fondazione della città di Zacapa, ed è il frutto del lavoro e dell'intuizione del medico e chimico spagnolo Dott. Alejandro Burgaleta. Don Rafael Rivera Romero fu la persona che propose che la bottiglia nella versione 23 anni fosse presentata avvolta con un intreccio di fibre delle foglie di palma de



Petate, a ricordo della tradizione del periodo pre-classico dei Maya (1400 A.C.).

Zacapa Centenario viene invecchiato con il metodo solera. È ottenuto da Ron di diverso grado di invecchiamento in differenti botti di rovere, che hanno precedentemente ospitato Whisky, Bourbon, Sherry, Pedro Ximénez, con un assemblaggio, la mezclas, di selezionati Ron con un invecchiamento medio "soleras" che va dai 3/5 fino a 23 anni. La fase finale è un affinamento di un anno.

## LA RICETTA

### **PEAR & CARDAMON BETWEEN THE SHEETS di Riccardo Semeria - The Fumoir Bar The Claridge's Hotel - Londra**

#### INGREDIENTI

- 45ml Botran Reserva Blanca
- 3 bacche cardamomo
- 15ml Grand Marnier,
- 20ml Belle de Brillet liquore alla pera
- 20ml succo di limone

#### PROCEDIMENTO

Shake and double strain. Glass: Calabash (contenitore ottenuto dalla "zucca a fiasco"). Guarnire con 3 bacche di cardamomo



### **SIBU SURAD di Riccardo Semeria The Fumoir Bar - The Claridge's Hotel - Londra**

#### INGREDIENTI

- 60ml Botran Reserve,
- 10ml roasted pecan & banana maple syrup\*
- 5ml Fernet Branca
- 3 drop tonka beans bitter

#### PROCEDIMENTO

Stir and strain. Glass: old fashioned con blocco di ghiaccio. Guarnizione: stecca cannella, 2 rondelle di banana disidratata e grattugiata di fava di tonka

\*Per lo sciroppo alle noci pecan e banana, far sobbollire per 5 min. 300ml di maple syrup con 2 banane tagliate a rondelle e 200gr. di noci pecan sminuzzate. Raffreddare e filtrare in un contenitore pronto per l'uso.





Zacapa 15, assemblaggio di Ron invecchiati con una quota proveniente dalla criadera della solera con una media di 15 anni di invecchiamento, è il prodotto di partenza del brand. Segue il Solera 23. Tra i prodotti di gamma più elevata del brand, troviamo Zacapa 23 Etiqueta Negra e da due anni lo Zacapa Reserva Limitada a 45° fortemente voluto dalla master blender Lorena Vasquez. Questi due prodotti sono molto più ricchi e corposi rispetto ai precedenti, perché nel blend oltre alla quota proveniente dalla Solera, si utilizzano Ron che hanno avuto ulteriore affinamento in barili refill che avevano contenuto rispettivamente

te Sherry, Porto, Cognac e Bourbon.

Dopo il 2013, Reserva Limitada arriva con l'edizione 2014, doppio invecchiamento in botti diverse. Deciso, subito la sensazione pseudo calorica trasmessa dall'alcol invade il palato per lasciare il posto ad una sensazione prima dolce e poi a note più dure di legno e liquirizia. Complesso e molto bilanciato, rispuntano nel finale note dolci di crema e vino liquoroso, mixate con note di tabacco e note amare di rabarbaro. Ancora la frutta secca, lo zucchero di canna ed il cioccolato per un piacevole finale lungo e persistente.

Il top di gamma è il Centenario XO Gran

## LE RICETTE

### COFFEE BREAK di Claudio Peri The Zetter Townhouse Marylebone - Londra

#### INGREDIENTI

- 45ml Zacapa 23
- 30ml Carpano Classico
- 10ml Cynar
- 5ml Honey Coffee Mix (60% miele millefiori, 40% caffè moka)

#### PROCEDIMENTO

Tecnica throwing. Strain in una bottiglia ampia precedentemente riempita di affumicatura di legno di selo e oli essenziali di arancia. Aromatizzare il drink con il fumo e mescolare in un old fashioned glass con ghiaccio a cubi. Guarnire con lemon Zest



### FRESH & FAIR di Claudio Peri The Zetter Townhouse Marylebone - Londra

#### INGREDIENTI

- 10/12 foglie di menta
- 20ml sciroppo alla cannella
- 60ml Zacapa 23
- 5ml Chartreuse verde
- 2 dash Angostura

#### PROCEDIMENTO

Creare il drink come un Julep in una silver cup, guarnire con lamponi freschi, mazzetto di menta e piccola stecca di cannella flambata.



Reserva Especial, diretta evoluzione di Zacapa Centenario 1976 che è invece costituito utilizzando una miscela di Ron che hanno avuto sino a 25 anni di invecchiamento con invecchiamento finale in botti di Cognac. XO è il capolavoro della master blender Lorena Vasquez che ha affermato «*Il segreto? Tempo, devozione e passione, come quella che mi guida nel lavoro. Un lavoro che non cambierei mai e che ritengo uno dei più belli al mondo. Controllo personalmente tutte le fasi della produzione e la qualità delle barrique. Il mio prossimo obiettivo sarà trovare vecchie botti di Marsala, in Sicilia, per sperimentare un invecchiamento davvero speciale.*».

Altro grande brand della Industria Lico- reras de Guatemala è Botran che segue una ricetta di famiglia combinando antiche tradizioni europee come l'uso di acqua di montagna con specifici tipi di canna da zucchero raccolte nel sud del Guatemala. Botran adotta una distillazione in colonne

che contengono parti interne di rame. Anche i Ron Botran maturano sugli altopiani del Guatemala con il Sistema Solera in botti già utilizzate. Tra le sue referenze Ron Botran comprende il Solera 1893 invecchiato per 18 anni. Gentile ed elegante al naso, si distingue in maniera netta e decisa grazie alle sue note di legno, cacao tostato, vaniglia, frutta e caramello. Trasparente e cristallino è invece Botran Reserva Blanca con note fruttate e complesse, poco usuali in un rum bianco. La gamma è completata da Botran 15 e 12 anni anejo.

Oggi, grazie agli sforzi dell'Asociacion Nacional de Fabricantes de Alcoholes y Licores (ANFAL), il Ron del Guatemala si è dotato di una Denominazione di Origine Protetta che tutela produzione e autenticità del prodotto secondo parametri geografici, esclusivi e distintivi dell'originalità del prodotto.

**Davide Staffa**

## **MILANO FASHIONED di Gianluca Amato Bamboo Bar - Armani Hotel Milano**

### **INGREDIENTI**

- 50ml Zacapa 23
- 10ml Cocchi Vermouth Classico
- mezza zolletta di zucchero
- gocce di acqua
- 2 dash Boker's bitter
- Twist Orange, Ciliegina



### **PROCEDIMENTO**

In un mixing glass bagnare con Boker's Bitter mezza zolletta di zucchero e discioglierla con gocce di acqua. Versare gli altri ingredienti mixing glass e mescolare. Mescere in un bicchiere old fashioned colmo di ghiaccio. guarnire con ciliegia al Maraschino e orange.

## **MY MISSIONARY di Gianluca Amato Bamboo Bar - Armani Hotel Milano**

### **INGREDIENTI**

- 50ml Botran Reserva Blanca
- 40 ml purea di ananas
- 15 ml sciroppo miele di acacia
- 10 ml Peach Tree
- 4/5 foglie di menta
- succo di mezzo lime



### **PROCEDIMENTO**

Mettere tutti gli ingredienti in un blender. Fare ruotare assieme a ghiaccio lievemente tritato, per pochi secondi, e versare il tutto in un Hurricane glass. Guarnire con un ciuffo di menta.

# BRANCAMENTA

## Un intenso brivido di piacere

**Brancamenta** nasce negli anni '60, periodo caratterizzato da grandi cambiamenti, dal boom economico, dalla gioia di vivere, da desideri di novità anche nei gusti e nei sapori.

**Fratelli Branca Distillerie**, grazie al grande e speciale intuito che l'ha sempre contraddistinta, decide di studiare e di iniziare la produzione di una bevanda perfetta per ogni stagione e crea **Brancamenta**, un prodotto che, coi sui 28 gradi, sorprende i suoi consumatori ed estimatori per il **"brivido di piacere intenso"** che riesce a regalare ad ogni sorso. La sua formula segreta, composta da erbe e spezie, è arricchita dall'olio essenziale di **menta piperita piemontese**, la più pregiata al mondo. Nasce così un liquore amaro di alta qualità, naturale e particolarmente rinfrescante.

Il suo colore è bruno chiaro, il profumo intenso e raffinato. Le note di menta si combinano con erbe e spezie aromatiche, conferendo alla bevanda un profumo ineguagliabile e un gusto di estrema **gradevolezza**, persistente ed equilibrato, caratterizzato dalla **freschezza** della menta. I suoi sapori, ben alternati, esplodono in bocca lentamente lasciando un **tocco amaro-balsamico** di rara forza gustativa.

Brancamenta, **perfetto in ogni stagione**, è icona di **bevuta ghiacciata** sia all'ora dell'**aperitivo** che per una lunga **serata** all'insegna del **gusto** e dello **stile**.

È da gustare **rigorosamente ghiacciato** o con 2/3 cubetti di ghiaccio, ma anche da provare mixato con l'irresistibile cocktail **Mintonic** nei locali notturni più **trendy**. La ricetta è semplicissima: lime pestato, un cucchiaino di zucchero di canna e foglioline di menta, aggiungere ghiaccio tritato, versare 1/5 Brancamenta e 4/5 di acqua tonica e guarnire con foglioline di menta.

Per una bevuta veramente "cool", consigliamo di degustare Brancamenta ad una temperatura "sotto zero", modalità di consumo che riprende quell'idea e quell'immagine di **bicchiere scolpito nel ghiaccio** diventato vera e propria icona dell'advertising italiano.

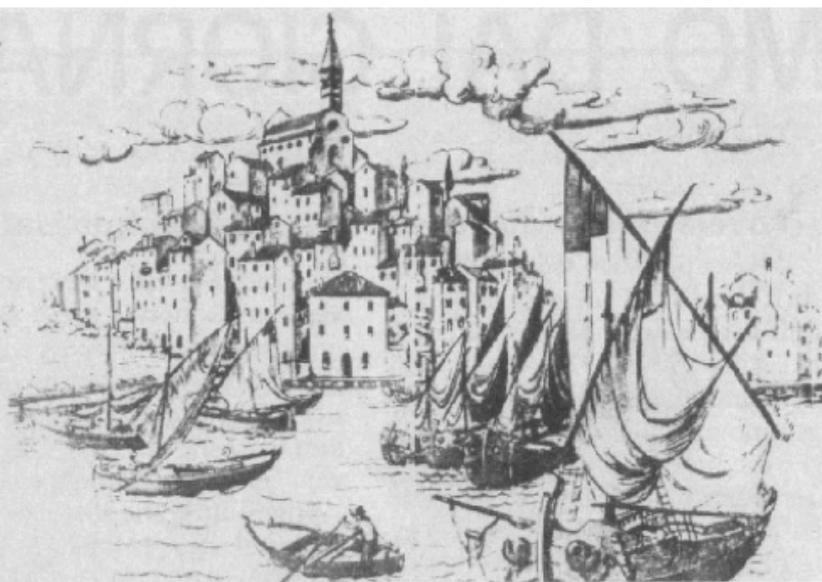
# Brrr... Extra-cold thrill



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

Bevi responsabilmente

FABBRICA LIQUORI  
GIORGIO BENUSSI  
ROVIGNO D'ISTRIA  
DISTILLERIA  
GRAPPA  
COGNAC



# GIORGIO BENUSSI E UNA STORIA TUTTA DA RACCONTARE

Rovigno, l'Istria  
e l'intuizione del Pelinkovac

DI LUCA DI FRANCIA

**S**e è vero che per fare un ottimo liquore bisogna partire dall'utilizzo delle materie prime di buona qualità, è altrettanto vero nonché affascinante comprendere come dietro a un prodotto ci siano personaggi di grande competenza con una visione estrema-

mente all'avanguardia per il loro tempo.

Molto interessante è la vicenda di un brillante imprenditore che diede vita all'allora fabbrica di Liquori *Giorgio Benussi* situata nel piccolo paesino di Rovigno, in via Carducci, e rinomata in tutta l'Istria.

Giorgio Benussi nacque a Rovigno il



*Premiata Fabbrica Istriana di Liquori  
Vini di Lusso e Distilleria d'Acquaviti*  
**Giorgio Benussi**  
ROVIGNO D'ISTRIA

Esposizioni Internazionali del lavoro Milano 1920, Bruxelles 1920, Milano 1921 e Fiume 1925

**SPECIALITÀ:**  
AMARO TRIESTE  
AMARO D'ISTRIA  
CREMA PERO  
CREMA CIPRO  
Crema Morsola all'ucua

C. P. E. di Pola N. 1828  
N. \_\_\_\_\_ Rovigno d'Istria..... 19 -  
Sig. \_\_\_\_\_

*Vi ringrazio della commissione gentilmente impartitami a mezzo.....  
ed annunciandoVi di averla eseguita colla massima cura, mi prego di porgerVi qui sotto la relativa fattura  
per l'ammontare di Lire..... Valuta.....  
Qui sempre con piacere ai Vostri ordini, con distinta stima Vi riverisco.*

Giorgio Benussi



22 ottobre 1887, sotto la dominazione austriaca che pretendeva l'istruzione nei suoi territori, l'analfabetismo era infatti proibito. Nel 1912, a soli 25 anni, sposò Domenica Malusà ed iniziò a lavorare per la ditta Amplea il cui compito era l'inscatolamento di prodotti ittici. Abbandonò

questo lavoro e si imbarcò sulla nave ammiraglia della flotta austriaca come aiuto cuoco. Questo imbarco fu un momento della sua vita molto importante, poichè furono per lui anni di grande formazione. Giorgio Benussi ebbe la possibilità di visitare e girare in luoghi e posti del

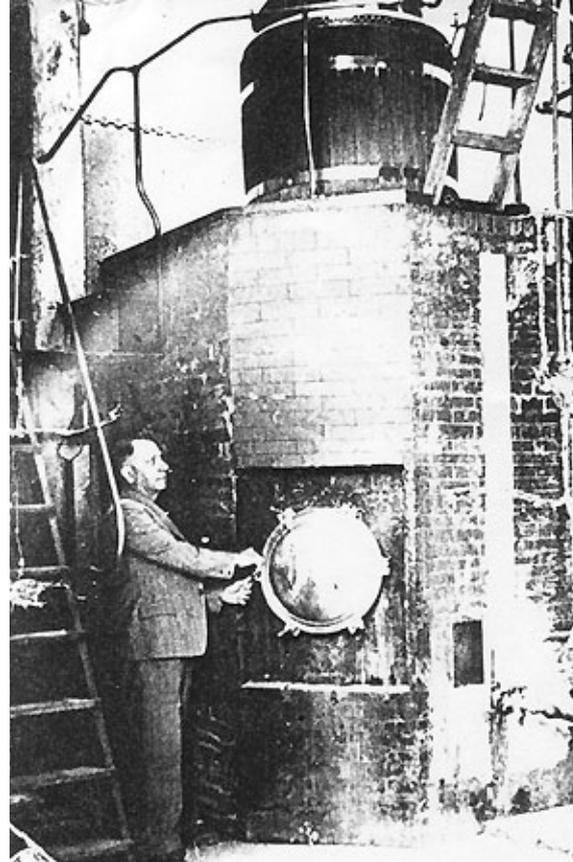


mondo per lui, così come tanti altri uomini di quei tempi, sconosciuti. Avendo una buona propensione al gusto delle cose buone si affacciò al mondo enogastronomico e liquoristico con una prospettiva radicalmente diversa dal solito.

Nel 1914 scoppiò la Prima Guerra mondiale che vede come antagonisti, tra gli altri, Italia ed Austria. Da Rovigno tutti gli italiani furono deportati nei campi di concentramento di Vagna, in Ungheria. Essendo imbarcato sulla nave ammiraglia, Giorgio Benussi evitò la deportazione.

*Benussi amava le cose buone e il bere di qualità con un'inclinazione speciale per la liquoristica*

Mentre la nave si trovava a Cattaro, nacque la sua secondogenita, Francesca. Al rientro a Rovigno una volta terminata la guerra, iniziò con un socio un'attività imprenditoriale che purtroppo non andò a buon fine. Era 1918, ma testardo qual era decise di riprovarci. La sua seconda chance la ebbe nel 1924, stavolta da solo, dando i natali a una fabbrica di liquori. Grazie a un intuito che lo accompagnerà per tutta la vita e l'esperienza acquisita girando il mondo, divenne in poco tempo quello che tutti conosceranno come "Benussi dei Liquori".



La fabbrica andò molto bene grazie alla qualità dei liquori e il mercato più importante fu proprio l'Italia. In quell'epoca Giorgio Benussi fu tra i primi ad avere il telefono, oltre che un'automobile FIAT 509 munita di autista. Si specializzò in vari distillati e liquori adoperando essenze e coloranti naturali come carrube e zafferano, prodotti che allora risultavano già essere costosi. Secondo le informazioni gentilmente rilasciateci da Lia Benussi, attuale pronipote, dopo aver sfruttato le vinacce per la Grappa, i vinaccioli venivano inviati via mare a Trieste, alla ditta Frank che provvedeva a ulteriore lavorazione e redistribuzione di un surrogato del caffè fatto con cicoria e vinaccioli. La singolare informazione è molto viva nella memoria di Lia Benussi. Questo ricordo è collegato ad una rocambolesca fuga durante la Seconda Guerra per la quale la signora Lia e una zia si nascosero nella barca destinata a questo trasporto.

Il tempo rese difficile la produzione di alcune tipologie di liquori e distillati per ottemperare alle leggi fasciste. Queste non permettevano l'utilizzo di prodotti



stranieri e si doveva massimizzare le proprietà di ogni materia prima al fine di immettere sul mercato prodotti di buona qualità. Nella distilleria di Giorgio Benussi si producevano Grappa, Cognac e liquori di vario genere come Maraschino, il Refosco e l'Amaro d'Istria (che aveva sull'etichetta raffigurante uno zuavo) nonché un inconfondibile Gin utilizzando delle bacche di ginepro che crescevano in terra istriana.

Nel 1925 grazie a un'intuizione di Giorgio Benussi in questa distilleria si cominciò a produrre il Pelinkovac rovignese, un liquore tipico dal gusto amarognolo e profumo inconfondibile di Assenzio. In poco tempo il Pelinkovac riuscì a conquistare il gusto di tutti gli istriani. Questo liquore può essere servito sia come aperitivo che come digestivo, freddo liscio oppure come ingrediente per altri drink. Contiene il 28% di alcol.

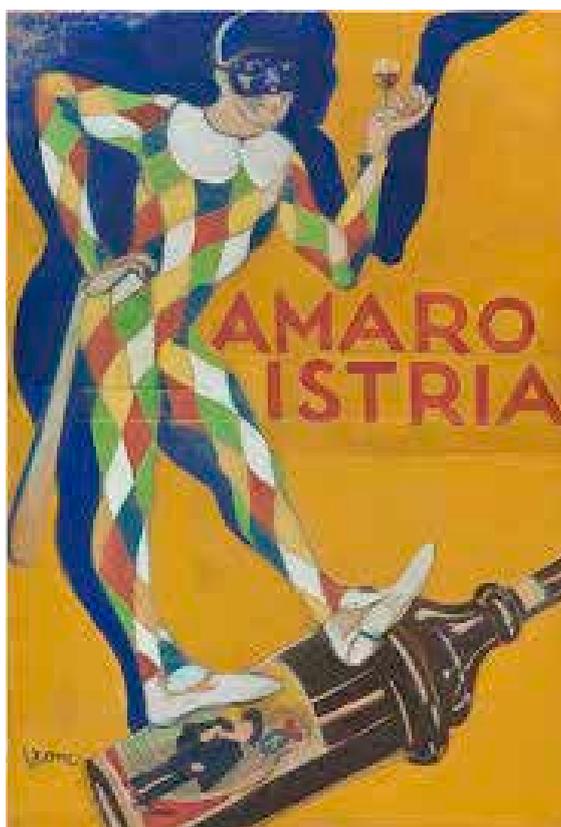
Oggi lo produce la ditta Darna, testimone dell'importanza della tradizione anche nei tempi moderni. Viene preparato a base dell'aroma naturale dell'Assenzio. Il colore naturale è ottenuto caramellando lo zucchero in calderoni di rame, ed è caratterizzato dalla sua maturazione in barili di quercia.

Un'altra azienda di liquori di Rovigno era la Petrali che produceva l'Amaro Istria, ma di tutte le distillerie e fabbri-



#### RICORDI

ALCUNE IMMAGINI D'EPOCA DELLA FABBRICA DI LIQUORI DI GIORGIO BENUSSI E DELLE PUBBLICITÀ DELL'AMARO D'ISTRIA.



che di bevande alcoliche presenti a Rovigno nel periodo austro-ungarico prima e italiano poi, l'ormai ex fabbrica Giorgio Benussi è l'unica ancora attiva.

Alla fine della Seconda Guerra Mondiale Giorgio Benussi dovette abbandonare l'Istria perché la fabbrica fu requisita e nazionalizzata dalle autorità titine. Fu un



#### ROVIGNO

IN ALTO UNA  
VEDUTA DEL  
RINOMATO  
PAESINO  
DELL'ISTRIA.  
QUI SOPRA IL  
PELINKOVAC.

triste destino che colpì molti italiani costretti ad abbandonare tutto ciò che avevano e rientrare in una patria nella quale si sentivano esiliati. Giorgio Benussi fu detenuto in forma coatta come tecnico prigioniero di guerra per insegnare ai titini il funzionamento della distilleria. Così fu fino al 1949 quando venne licenziato al motto di “morte al fascismo – libertà

ai popoli”, e lasciato libero poté partire per l'esilio in Italia. Tutti i suoi beni furono confiscati e lui fu condannato in contumacia come collaborazionista perché aveva venduto dei distillati al comando germanico di Rovigno. Giorgio Benussi arrivò a Milano e per qualche tempo fu rappresentante di vini per la ditta Vercesi di Pavia. Manifestò in famiglia il desiderio di riaprire l'attività in Italia, ma i fondi inesistenti dovuti all'esilio forzato non lo permisero. Si spense a Milano nella primavera del 1960.

Nel 1948 la produzione dei liquori dell'ex fabbrica Giorgio Benussi fu affidata alla Cooperativa Agricola e dal 1996 la fabbrica opera con il nome “Darna S.r.l.”, in cooperazione con la “Jadran-turist”. Nel 1998 questa cooperazione cessò e “Darna S.r.l.” iniziò a svolgere le proprie attività in modo autonomo.

Nella stesura di questo articolo non possiamo esimerci dal ringraziare Margherita Benussi, pronipote di Giorgio Benussi, Fulvio Benussi e la Signora Lia, nipote nonché memoria storica e custode di ricordi legati a quel periodo, la cui testimonianza è stata preziosa nel rivivere il percorso storico e culturale di un tempo tanto difficile e colmo di racconti amari quanto affascinanti.

**Luca di Francia**

BEVI RESPONSABILMENTE



BITTER  
**Rouge**  
Torino-Parigi

[WWW.RISERVACARLOALBERTO.COM](http://WWW.RISERVACARLOALBERTO.COM)

# PESCA, FRUTTO VELLUTATO

Triestina, melitese o di Mogliano  
è la base del celebre Bellini

DI GIOVANNI CECCARELLI



**C**on il termine pesco ci si riferisce, nel linguaggio comune, al *prunus persica*, pianta facente parte del genere *prunus*. Nel XIX secolo si riteneva che il pesco fosse originario della Persia, da cui il nome della specie *persica*. In realtà questa pianta è originaria della Cina (nella mitologia taoista è simbolo d'immortalità) ed è arrivata in quello che oggi chiamiamo Iran lungo la

Via della Seta. Furono poi i Romani a importarla in Europa nel primo secolo avanti Cristo.

La pianta può arrivare fino a 10 metri di altezza, ha il tronco liscio con corteccia di colore grigio scuro e un sistema di radici che raggiunge anche i 60 cm di profondità. Può vivere fino a 30 anni, ma a livello commerciale si utilizzano piante di massimo 15 anni. I fiori hanno di nor-



ma cinque petali di colore variabile, dal bianco al rosa scuro.

La maturazione delle varietà italiane va da giugno a settembre. Il frutto è una drupa che può avere forma rotonda, allungata o piatta, ed un peso compreso, per quelli destinati al commercio, tra i 180 e i 230 grammi. La buccia è sottile di colore giallo-rossa, e può avere una leggera peluria oppure essere liscia; le pesche con buccia liscia vengono chiamate *nettarine*. Il mesocarpo (polpa) racchiude un nocciolo che può essere aderente (pesche duracine) oppure non aderente (pesche spiccagnole).

Oltre al tipo di buccia, un altro parametro comunemente usato nella classificazione delle varietà (o cultivar) di pesca, è il colore della sua polpa: *giallo* o *bianco*. Questo dipende dalla presenza o meno di alcune xantofille (in particolare luteina





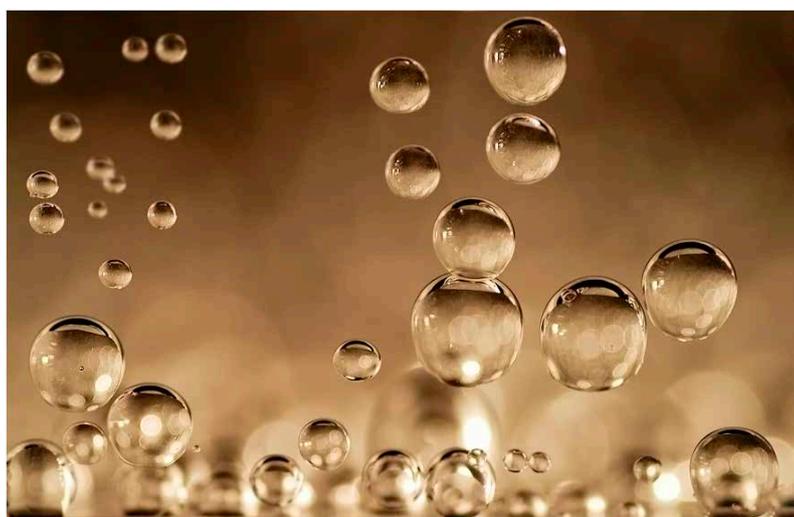
e zeaxantina), sostanze appartenenti alla famiglia dei carotenoidi. Chiaramente la differenza tra queste due non si limita al solo colore, ma anche al diverso profilo aromatico.

È un frutto climaterico, quindi, anche dopo la raccolta, continua il processo di maturazione, migliorando le sue caratteristiche organolettiche. Tuttavia la velocità di deperimento del frutto è molto rapida: la conservazione a temperatura ambiente supera difficilmente i 5 giorni per rimanere qualitativamente accettabile. Lo stoccaggio in frigorifero è invece estremamente deleterio: è stato dimostrato che conservare il frutto tra i 2°C ed i 7°C può portare a danni da raffreddamento, come l'imbrunimento della polpa o una consistenza farinosa, o addirittura legnosa. Contrariamente a quello che il senso comune ci porterebbe a pensare, per garantire un lungo tempo di conservazione senza causare danni, la temperatura più indicata è di circa 0°C; a questa temperatura, infatti, il frutto non congela a causa dello zucchero presente al suo interno.

Il drink a base pesca più famoso è

il Bellini. Probabilmente è anche il drink italiano più apprezzato al mondo nonché diretta evoluzione dell'originario concetto di consumare delle pesche affogate nel vino. Apparentemente semplice per via dei suoi due soli ingredienti, il Bellini richiede invece estrema attenzione, non solo durante la preparazione, ma anche durante la scelta e lo stoccaggio delle pesche: come spiegato prima, questo frutto è di difficile conservazione. Queste ultime devono essere *bianche* e, per ottenere il massimo, la scelta deve ricadere tra quelle di varietà Triestina, la Bellella di Melito o le antiche pesche di Mogliano. Anche la pesca di Bivona può essere una valida opzione. Chiaramente anche con altre varietà di pesca bianca otteniamo ottimi risultati.

Lavate accuratamente le pesche, rimuovete il nocciolo e grattate la parte rossa vicino a quest'ultimo. Per estrarre il succo si può procedere pressando la pesca a mano, direttamente in uno chinoise, oppure con un muddler, e poi filtrare il tutto. L'utilizzo di una centrifuga accelera il processo di estrazione (comodo in locali



ad alto volume di lavoro), ma il succo risultante è meno gustoso. Proprio per questo motivo l'utilizzo di un estrattore è molto più indicato perché ci permette di lavorare con alti volumi ma, ruotando molto più lentamente di una centrifuga, l'estrazione è migliore. È da evitare la pesca frullata: ciò che è necessario è il succo, non la purea. Per dare una colorazione più accesa al drink, si possono aggiungere pochi lamponi, cosa che però non dovrebbe servire se si utilizzano le cultivar indicate. Una volta filtrato, versate il succo in un gallone o in un mixing

glass e aggiungete il Prosecco ghiacciato.

È fondamentale versare prima il succo e poi il Prosecco, per formare la schiuma superficiale molto importante per donare morbidezza al drink. Il Prosecco è consigliato per via delle suo perlage più grossolano e per il suo gusto meno complesso rispetto ad un Metodo Classico. Dopo aver miscelato delicatamente, mescolate nel bicchiere di servizio.

In un bar è da evitare la versione già imbottigliata del drink, il succo di pesca confezionato o le pesche sciroppate.

**Giovanni Ceccarelli**

# INTROD

Simply Squeezed  
**REAL**  
COCKTAIL INGREDIENTS



**Black Cherry Reál**  
*Infused with premium Chilean Black Cherries*

**Blueberry Reál**  
*Infused with premium Goldtraube Blueberries from the Pacific Northwest*

**Peach Reál**  
*Infused with Elegant, Summer & Rich Lady Peaches*

**Mango Reál**  
*Infused with Alfonso Mangoes from India*

**Raspberry Reál**  
*Infused with Willamette and Glen Clova Raspberries from the Pacific Northwest*

**Coco Reál**  
*Contains real coconut cream from hand-picked tropical Coconuts*



**Flavorful**



**Mixable**



**Squeezed**

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

# PRODUCING

# Simply Squeeze REAL INGREDIENTS®



**Strawberry Reál**  
*Infused with handpicked Camorosa, Ventana and Albion Strawberries from California*

**Pumpkin Reál**  
*Infused with premium pureed Pumpkin and hints of cinnamon, ginger, nutmeg and clove*

**Agave Reál**  
*100% organic blue Agave Nectar from the Jalisco region of Mexico*

**Ginger Reál**  
*Infused with premium Laiwu Ginger puree*

**Passion Reál**  
*Infused with premium Purple Passion Fruit from Vietnam*



Freezable

“ Scopri la gamma completa sul sito [www.onestigroup.com](http://www.onestigroup.com)  
Distribuito in esclusiva da Onestigroup S.p.A.  
Contatti Tel. +39 0523 24 55 11  
[customerservice@onestigroup.com](mailto:customerservice@onestigroup.com)”

# IL LABORATORIO DEL BARMAN

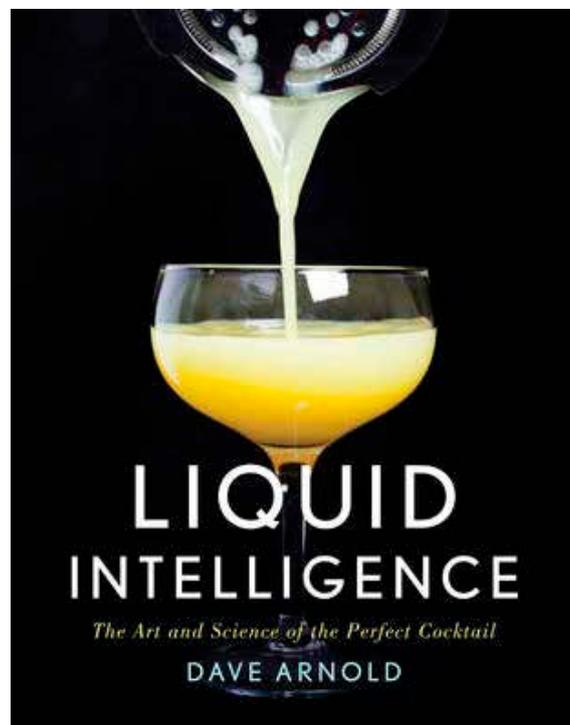
**DAVE ARNOLD**  
**LIQUID INTELLIGENCE**  
**The Art and Science**  
**of the Perfect Cocktail**

Copyrighted Material - Euro 32,05

**D**ave Arnold è il fondatore del Museum of Food and Drink di New York e con il suo libro trasforma il bancone del bar in un laboratorio sul quale si concentrano creatività e ricerca da applicare alla mixology. Un nuovo modo per la creazione di drink moderni.

Anni di studio e sperimentazione si condensano nelle pagine di "Liquid Intelligence" attraverso le quali il lettore viene spinto verso un percorso di conoscenza e osservazione per capire la struttura di un cubetto di ghiaccio, il perlage dello Champagne, la carbonatazione, gli acidi e zuccheri presenti in frutto e tutti quegli aspetti inerenti qualsiasi ingrediente che oggi hanno contribuito a trasformare la figura del bartender in un ricercatore e sperimentatore. Le ricette presentate nel libro sono il frutto di anni di ricerca e sperimentazione che Dave e il suo team hanno voluto condensare e mettere a disposizione del lettore lungo un iter che si sviluppa attraverso 450 pagine che racchiudono 120 ricette.

"Liquid Intelligence" inizia con una esposizione sul ghiaccio e la sua produzione e



temperatura nelle forme più pure, per proseguire con lo schiarimento del succo di agrumi, poi l'imbrunimento degli agrumi, infusioni, l'utilizzo di acidi, le applicazioni della centrifuga, le estrazioni dei sapori, l'utilizzo dell'azoto liquido.

Il libro di Dave Arnold costituisce lo strumento con il quale il bartender moderno viene invitato a utilizzare la sua creatività in modo empirico, con le dovute nozioni di base e allargare il suo orizzonte. Un volume che costituisce uno degli ultimi standard per coloro che sono alla ricerca di qualcosa che innalzi le loro conoscenze e potenzialità, osservazione e tecniche creative. Un testo che deve essere nella biblioteca di ogni bartender. Dave Arnold ha realizzato questo lavoro in collaborazione con il team del Booker & Dax Bar di New York.

**Alessandro Palanca**

**ALESSI**



**CAMPARI**

RON  
**Caney**

1492 COLONIALE  
GROUP

**DIAGEO  
ITALIA**

**DISARONNO**

**FABBRI**  
1905

*Finest*  
**CAL**  
Premium Cocktail Mixes

**FiveSenses**  
by M&D DRINK

SPEZIALBIER-  
BRAUEREI  
**FORST**  
BIRRA-BIÈRE-BEER-BIER

**ZF**

**GARNET**  
*Europe*



**LA PAZIALE**  
espresso coffee machines

**LURISIA**  
PREMIUM BEVERAGES

**MARTINI**

**MIXER**

**NONINO**  
Distillatori in Friuli dal 1897

**parmalat**

Pernod Ricard Italia

**PIAZZA**

Simply Squeeze  
**REAL**  
COCKTAIL INGREDIENTS

**RCR**  
CRISTALLERIA  
ITALIANA

**Red Bull**

**SAN BENEDETTO**

**Santàl**

**SIRMAN**

**SLIDE**

**UOLARE**

# BarTales

presents

**LORENZO ANTINORI**

**“THE BEAUFORT BAR AT SAVOY”**

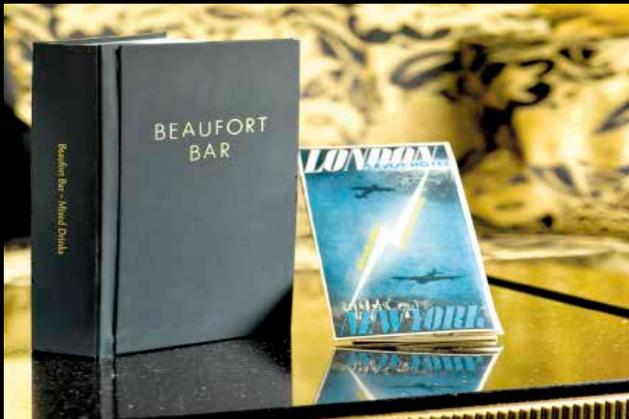
THE POP ART MENU

COCKTAIL CULTURE & STORYTELLING

TECHNIQUES & COCKTAILS TASTING

MENU ENGINEERING

SIGNATURE INGREDIENTS



**9/10 MARZO 2015**

MONOPOLI (BA)

INFO COSTI E PRENOTAZIONI A:

redazione@bartales.it

