

# BarTales

ANNO III | N. 3 | NOVEMBRE 2015

DRINK  
BAIJIU

*Face to face*  
SAMAROLI, ODE  
ALL'ECCELLENZA

*Cocktail story*  
QUEL DRINK  
SULL'OCEANO

*Bartales competition*  
NEL SANCTA SANCTORUM  
DELLE CANTINE FLORIO

HOT SPIRIT  
CHINA STYLE

白酒



# CARPE

## IL PRIMO V



# CARPANO

## VERMOUTH



- 7** **L'editoriale** di Melania Guida  
IL JOLLY CHIAMATO BAIJU
- 8** **News** DAL MONDO
- 10** **Face to face** di Melania Guida  
SAMAROLI, ODE ALL'ECCELLENZA
- 14** **Bar Story** di Gianni Zottola  
I VIAGGI DEL CAPITANO
- 22** **Hot Spirit** di Derek Sandhaus  
CHINA STYLE
- 32** **Cocktail Story** di Luca Rapetti  
QUEL DRINK SULL'OCEANO
- 40** **Trend** di Dario D'Avino e Fabio Bacchi  
TOCCO ITALIANO
- 50** **Focus on** di Giulia Arseli  
BENVENUTI AL DANIEL
- 56** **Report/1** di Jonatan Ferri  
IL BAR DENTRO BERLINO
- 62** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli  
FARE GHIACCIO
- 66** **Report/2** di Katerin Alejandra D'Alfonso  
A TUTTO DRINK
- 72** **BarTales Competition** di Fabio Bacchi  
NEL SANCTA SANCTORUM DELLE CANTINE FLORIO
- 80** **Book corner** di Alessandro Palanca  
LA LEZIONE DI CRADDOCK



10



14



22



32



50



40



56



62



66



72

DIRETTORE RESPONSABILE

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

**Fabio Bacchi**

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

**Giulia Arseli, Giovanni Ceccarelli, Katerin Alejandra D'Alfonso, Dario D'Avino, Jonatan Ferri, Alessandro Palanca, Luca Rapetti, Derek Sandhaus**

EDIZIONE WEB A CURA DI

**Dinamica Digitale srl**

(info@dinamicadigitale.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

© COPYRIGHT

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

**BEVI RESPONSABILMENTE**



# 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)”

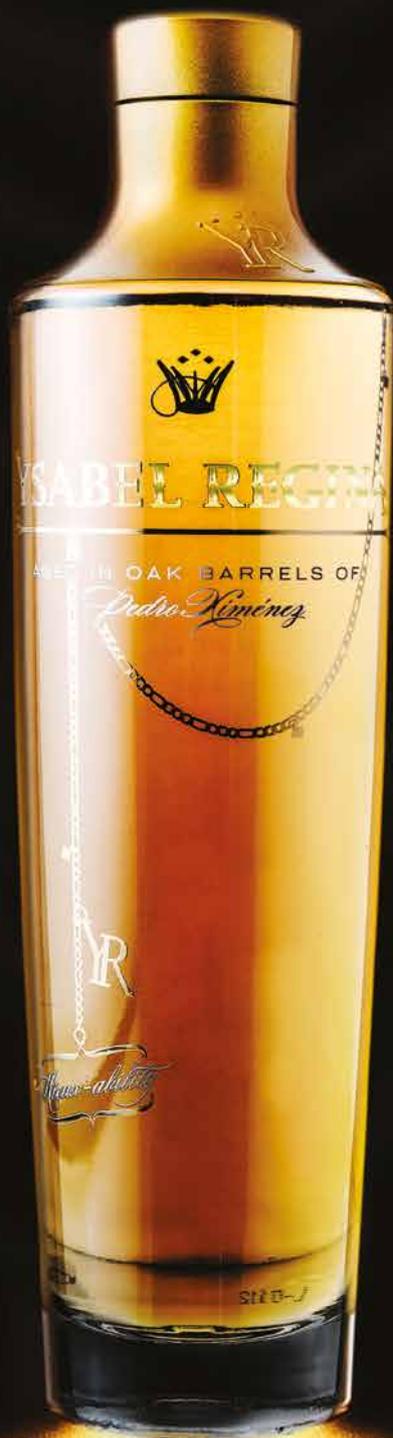
**American Beverage Marketers** Delivering the Ultimate Cocktail Experience



# YSABEL REGINA

AGED IN OAK BARRELS OF

*Pedro Ximénez*



# IL JOLLY CHIAMATO BAIJIU

«**Q**uando parlo in pubblico della diffusione e delle potenzialità del *famigerato* spirito nazionale cinese – scrive per noi, in esclusiva, Derek Sandhaus, – realizzo che la metà della platea non ne ha mai sentito parlare, un quarto pensa che stia scherzando e il resto che io sia pazzo». E se lo dice lui che è il più grande esperto del distillato orientale e che immagina un futuro internazionale per il liquore bianco, non c'è dubbio che per il Baijiu, il distillato di sorgo (spesso in combinazione con altri cereali come riso, grano, mais e riso glutinoso) con una gradazione alcolica compresa tra il 40% e il 60%, nonostante sia ancora un prodotto di nicchia, stiano per aprirsi nuove frontiere. Ma davvero il Baijiu, così diverso da tutti gli altri distillati, potrebbe affrontare le sfide del mercato globale? Davvero potrebbe scalzare il primato di Gin e Tequila? E magari dare una sferzata alla mixology contemporanea? Si tratta di uno spirito forte, con un aroma inconsueto e con un sentore caratteristico che è particolarmente apprezzato dagli estimatori. Con un punto di forza, sottolinea Sandhaus, quello di afferire a un più vasto genere di prodotti, fortemente connotato da un carattere di internazionalità. La previsione? Diageo ha fiutato l'affare, puntando con ogni probabilità a quel segmento, non proprio trascurabile, del mercato orientale ben radicato in Occidente. Di più, il Baijiu ha un'innegabile natura versatile. Una volta conosciuto e correttamente utilizzato, potrebbe trasformarsi in un ingrediente speciale della miscelazione più sofisticata. Potrebbe addirittura rivelarsi un jolly inaspettato. Certo, ci vuole sapienza. E raffinata arte.





## ELISIR DI SUCCESSO

Ottime performance per l'Antico Ferrochina Baliva ottenuto da un infuso di cortecce e radici quali china, genziana, arancio amaro e altre piante meno note, e primo liquore ad avere un metallo (il citrato di ferro), studiato in modo da esaltare le note virtù della corteccia di china, naturale ritrovato anti-malarico di un tempo. Nella versione dell'*Irradiato*, veniva immersa nell'infuso una spirale d'oro; il tutto veniva quindi collegato all'elettricità in modo da avere ioni di oro nella bevanda che potessero accrescere i benefici della Ferrochina. Il prodotto era poi venduto come elisir medicamentoso nelle farmacie.

Liquore amaro di fama mondiale preparato secondo un'antica ricetta del Comm. Dott. Ernesto Baliva, Ferrochina Baliva è distribuito da Pallini SpA.

## JACK IL GENTILUOMO

Il lato "gentile" di Jack prende il nome di Gentleman Jack. Creato nel 1988, Gentleman Jack è il primo nuovo Whiskey prodotto dalla distilleria Jack Daniel's dopo più di 100 anni. È l'unico Whiskey a subire un doppio processo di "Charcoal Mellowing" (un'esclusiva filtrazione goccia a goccia attraverso tre metri di carbone vegetale di legno d'acero), prima e dopo l'invecchiamento. Lo special pack di Gentleman Jack pensato per il Natale 2015 rispecchia in pieno la raffinatezza e la maturità del



prodotto. La classica bottiglia da 70cl è inserita in un'elegante confezione con chiusura magnetica e presenta all'interno una guida ai migliori cocktail realizzabili con Gentleman Jack.

## ROSSO ANTICO TOUR

Continua il Rosso Antico Tour nei bar della città di Torino dove sarà possibile provare il cocktail Red Sixties, un omaggio alla vitalità degli anni Sessanta. Rosso Antico Aperitivo ha selezionato Torino come città in cui sviluppare l'intera attività di marketing e di distribuzione. Torino perché è la città più Vintage Contemporanea d'Italia grazie alla sua capacità di far convivere in perfetta armonia un'immagine vintage e un carattere all'avanguardia e multiculturale estremamente attuale. Rosso Antico Aperitivo sarà presente per tutto l'anno in diversi locali della città per accompagnare gli amanti dell'aperitivo nel mondo del vintage contemporaneo con iniziative speciali e feste a tema.



## IRISH WHISKEY IN CRESCITA

Le distillerie irlandesi di Whiskey operative nel 2013 erano 4. Oggi sono diventate 8 e saranno 12 a fine 2016. La crescente domanda globale di consumo non è sostenuta da una produzione sufficiente. In Irlanda non c'è al momento abbastanza Whiskey per soddisfare la domanda, rivela Bernard Walsh, produttore e Presidente di IWA. Irish Whiskey Association è stata fondata nel 2014 per sostenere la rapida espansione del Whiskey irlandese e si prevede un incremento dei consumi del 300% entro il 2030. La poca segmentazione del mercato sarà un vantaggio per la categoria e i produttori sono fiduciosi per il raggiungimento degli ambiziosi obiettivi.



## BUFFALO HOMEMADE

Lo scorso mese di maggio la distilleria ha piantato i primi semi di mais non OGM in 18 acri. Si tratta dello stesso ceppo di mais usato in distilleria dal colonnello EH Taylor Jr. nel 1870. L'idea è quella di produrre un nuovo concetto di Bourbon assolutamente artigianale, prodotto tutto in casa. «Anche se la resa non è stata elevata come ci aspettavamo, siamo entusiasti di portare a termine questo progetto», ha detto Harlen Wheatley, master distiller a Buffalo Trace. Il nuovo Whiskey avrà così una sua particolare identità ma nome, invecchiamento e prezzo non sono ancora stati decisi.

## UN'OTTIMA ANNATA

Tre volte i valori normali, a conferma di un'aromaticità straordinaria. È il risultato dell'ultima vendemmia che rivela un'uva moscato di ottima qualità: equilibrata e con un buon complessivo (valori medi da 11 a 11,50). L'acidità è a livelli medi e il quadro aromatico di alto profilo. Il risultato? Un Moscato d'Asti davvero speciale sia per la bottiglia tappo raso, sia per la futura spumantizzazione in autoclave per l'Asti. Insomma, a sentire i viticoltori, la migliore vendemmia di moscato che si ricordi.



# SAMAROLI, ODE ALL'ECCELLENZA

Intesa come la massima espressione della qualità

DI MELANIA GUIDA



I dettaglio, l'attenzione ai limiti del maniacale sono i segni distintivi. E non c'è bisogno di conoscere per filo e per segno la storia di quel bolognese che da 47 anni seleziona e imbottiglia i più grandi Whisky del mondo. Lo capisci dall'abbottonatura del doppiopetto blu, dal rosso degli occhiali sottili. Silvano Samaroli ha fatto della ricerca

dell'eccellenza una professione che gli aderisce a perfezione, come un guanto. Del resto «ho cominciato selezionare per me stesso, non per il pubblico» conferma quel tanto blasé.

La passione di una vita? «Amavo tutto quello che era *british*, il kilt per esempio, la sottana degli scozzesi. Poi un giorno mi sono accorto che la passione schia-



vizza, finisci per non percepire null'altro, se avessi continuato in quel modo sarei andato ai pazzi. Pensi che una notte ho sognato di essere in una bottiglia e di non riuscire più a uscirne fuori».

Come ha cominciato? «Per caso, incontrai un amico che vendeva prodotti alcolici e ho cominciato ad andare e venire dalla Scozia, assaggiare campioni

su campioni, per poi selezionare piccoli flaconi provenienti ognuno da una specifica botte, scegliere il barile e imbottigliarlo con la mia etichetta. Ero l'unico non britannico o scozzese a fare un lavoro del genere. Ho visto la nascita dei *single malt*, ormai alla fine». In che senso? «La maggior parte delle distillerie sono state acquisite da grandi gruppi multi-



nazionali, accentrate e industrializzate. La farina di malto, che è alla base del processo produttivo, è pressoché uguale per tutti. Sono ormai solo tre le distillerie artigianali che rimangono in Scozia».

Fine della selezione? «No, certamente non voglio deludere la mia clientela. È chiaro che alcuni ottimi prodotti si possono ancora trovare, penso che mi concentrerò sul taglio fra i diversi malti».

Come si diventa Samaroli? «Con una grande dose di modestia, innanzitutto e con la capacità di ascolto, soprattutto di se stessi». Non solo Whisky. «Ma anche Cognac, Armagnac, Calvados e Rum (per il quale la qualità non esiste ancora, è in divenire)

che insieme con il Whisky (il prodotto più completo) fanno i magnifici cinque». Il resto? Gin e Vodka, per esempio? «Qualcuno mi sa dire un buon motivo per bere Vodka? Nessuno mi ha mai saputo



rispondere, nemmeno i produttori. Non berrei mai un Gin Tonic. E sa perché? L'alcol giovane uccide. Il tannino invece aiuta il fegato. Con 12 anni di invecchiamento almeno. Bisogna sensibilizzare il consumatore. Attraverso l'informazione e la degustazione».

Bere bene costa però. «Le potrei raccontare di quell'operaio che aspettava fine mese per bere uno dei migliori distillati, una mia selezione, in una delle migliori enoteche della capitale. Ogni volta che ci penso provo una grande emozione. Non è una questione di costi, ma di educazione al gusto». E di qualità. «Va detto che nessuno è mai riuscito a dare una definizione soddisfacente della qualità per il semplice motivo che non esiste un'unica qualità, ma ce ne sono infinite. Ma dovendo semplificare,

*La classifica  
dei distillati  
secondo*

*Samaroli:  
Whisky, Cognac,  
Armagnac,  
Calvados e Rum*



credo che esistano due qualità principali, quella della pubblicità e quella individuale». Spieghiamo meglio. «Quella della pubblicità è uniforme, controllabile ed uguale per tutti. È il brand, cioè il lavoro che si costruisce nella mente del cliente. Quella individuale è soggettiva, arbitraria e incontrollabile. L'individuo in quanto tale ha un suo concetto della qualità desiderata e la ricerca, ma non trovando mai esattamente ciò che vuole, deve scendere a compromessi. Acquista quindi ciò che si avvicina di più alla sua idea. Personalmente non mi sono mai posto il problema di accontentare il consumatore, come ho già detto ho sempre ricercato una qualità che accontentasse me stesso. E nel corso degli anni, sono stato fortunato, ho potuto notare che incredibilmente in un modo o nell'altro i

miei clienti mi assomigliavano un poco».

Come definire l'eccellenza? «Qualcosa che affascina, convince senza imbrigliarti e che attrae senza dover convincere». Caratteristiche? «Asimmetria, armonia e ritmo: i requisiti che ci procurano l'emozione». Specifichiamo. «L'asimmetria impedisce la sensazione della staticità e determina invece l'idea del movimento. L'armonia fra le diverse componenti non permette che nessuno di questi elementi risulti eccessivo pur conservando le propria natura specifica. Il ritmo, poi, con l'uso calibrato del vuoto, consente l'evoluzione aromatica con una adeguata e gradevole successione».

Ha mai pensato a un libro? «Dovrebbe uscire a breve, per Giunti». Il titolo? «Whisky eretico». Ci avrei scommesso.

**Melania Guida**



JAMES  
COOK  
1729-1779

*It is ironic an ordinary captain and an honest man, Captain Cook was one of the last of the great  
explorers and the first of the scientific expedition leaders. After his three global voyages  
in 1769-71, 1770-75 and 1776-79 the map of the world was substantially complete.  
Now at the 250<sup>th</sup> and 275<sup>th</sup> of his death, 1769, Cook walked with men from the Bjerk Endeavour seeking  
wealth and fame. Heedy to the first rule: "Take or Die,毛利 chief and English captain greeted  
our boats. When traditional challenges were abandoned,毛利 were killed."  
The rule called without exceptions and the Power of Bay received its name.  
Thus the Endeavour expedition started New Zealand  
and Cook started the mapping of this country.  
The meeting of the two peoples marked the beginning of the  
New Zealand nation.*

# I VIAGGI DEL CAPITANO/2

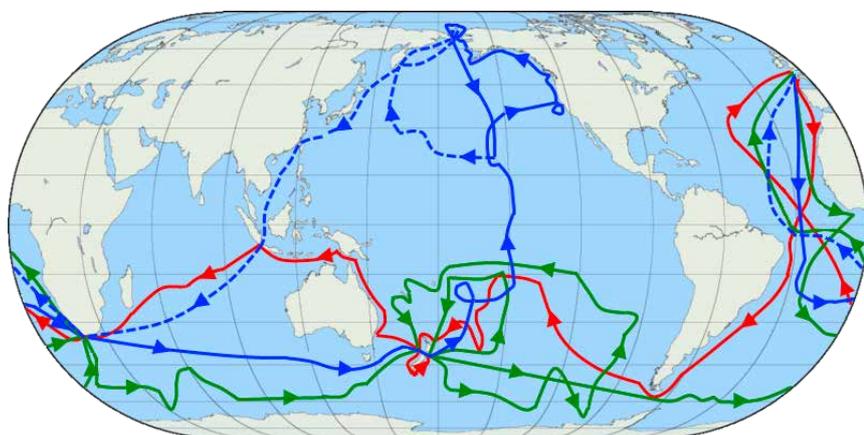
Esplorò per ben tre volte il circolo polare artico. Prima di morire, il 14 febbraio 1779, su una spiaggia accoltellato

DI GIANNI ZOTTOLA

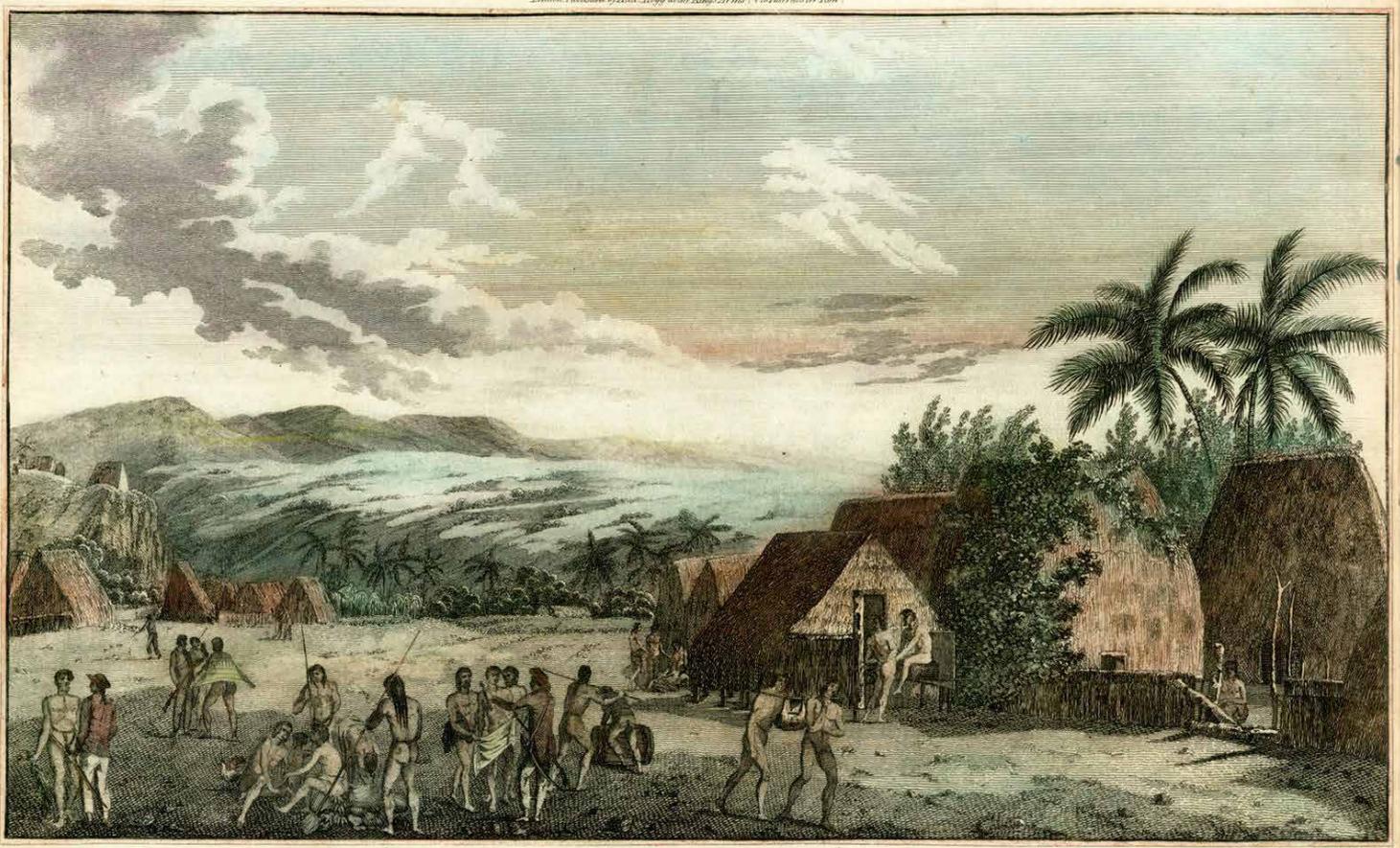
I primo viaggio di Cook finì costeggiando l'Australia orientale fino a Botany Bay, dopo aver doppiato Capo di Buona Speranza e ormeggiato nel porto britannico di Deal, il 12 luglio del 1771, la malandata Endeavour. Erano stati i primi europei a compiere questa impresa.

«Al di là di dove chiunque è andato, ma fin dove è possibile per un uomo arrivare» con questo obiettivo James Cook intraprese un'altra leggendaria esplorazione. L'intento della missione era capire se la già cartografata Terra Australis era in realtà collocata ancora più a sud dei confini conosciuti, una missione mirata a circumnavigare il globo fino alle più estreme latitudini. Le stive delle navi erano ben fornite di provviste e alcolici in quanto «ogni uomo ha diritto, ogni giorno, a una libbra di biscotto, tanta birra leggera quanta ne può bere, oppure una pinta di vino, oppure mezza pinta di Brandy, Rum o acquavite».

Accanto ai rimedi antiscorbutico più consoni, come gli agrumi, la marmellata di carote e il brodo di verdure ristretto, ha un ruolo fondamentale anche la birra. Grazie agli studi di Pelham, segretario dei fornitori di viveri della Marina, si scoprì



che se si faceva concentrare il succo di malto, trasformato in birra o non ancora fermentato, sottoponendolo a evaporazione, si sarebbe potuto conservarlo per molto tempo garantendo un approvvigionamento maggiore e sempre disponibile previo il riposo per la fermentazione. Più precisamente: con l'avanzare delle tecniche di conservazione non fu più necessario stivare enormi quantità di barili di birra in quanto la lavorazione del malto permetteva di trasportare del wort dolce, ossia il liquido di malto non fermentato. A questo veniva aggiunto il lievito e otto/dodici parti di acqua prima di essere bevuto. Veniva trasportato in barili il solo concentrato di birra e di orzo che non necessariamente era già fermentato ma



An INLAND VIEW in ATO OI, One of the Sandwich Islands .

J. G. Wooding sculp.

solo aromatizzato con il luppolo. Molto spesso il clima favorevole alla fermentazione dei tropici permetteva anche una fermentazione spontanea senza l'aggiunta dei lieviti di cui era molto ricca l'aria circostante. Così che la birra diveniva frizzante solo dopo pochi giorni.

Proprio da queste sperimentazioni con erbe e spezie nacque quella che poi diventerà una tradizione ancora esistente, ovvero la produzione di bibite speziate e gassate come ad esempio il ginger beer. Il problema dell'acqua da aggiungere ai concentrati era altresì risolto grazie all'invenzione del noto

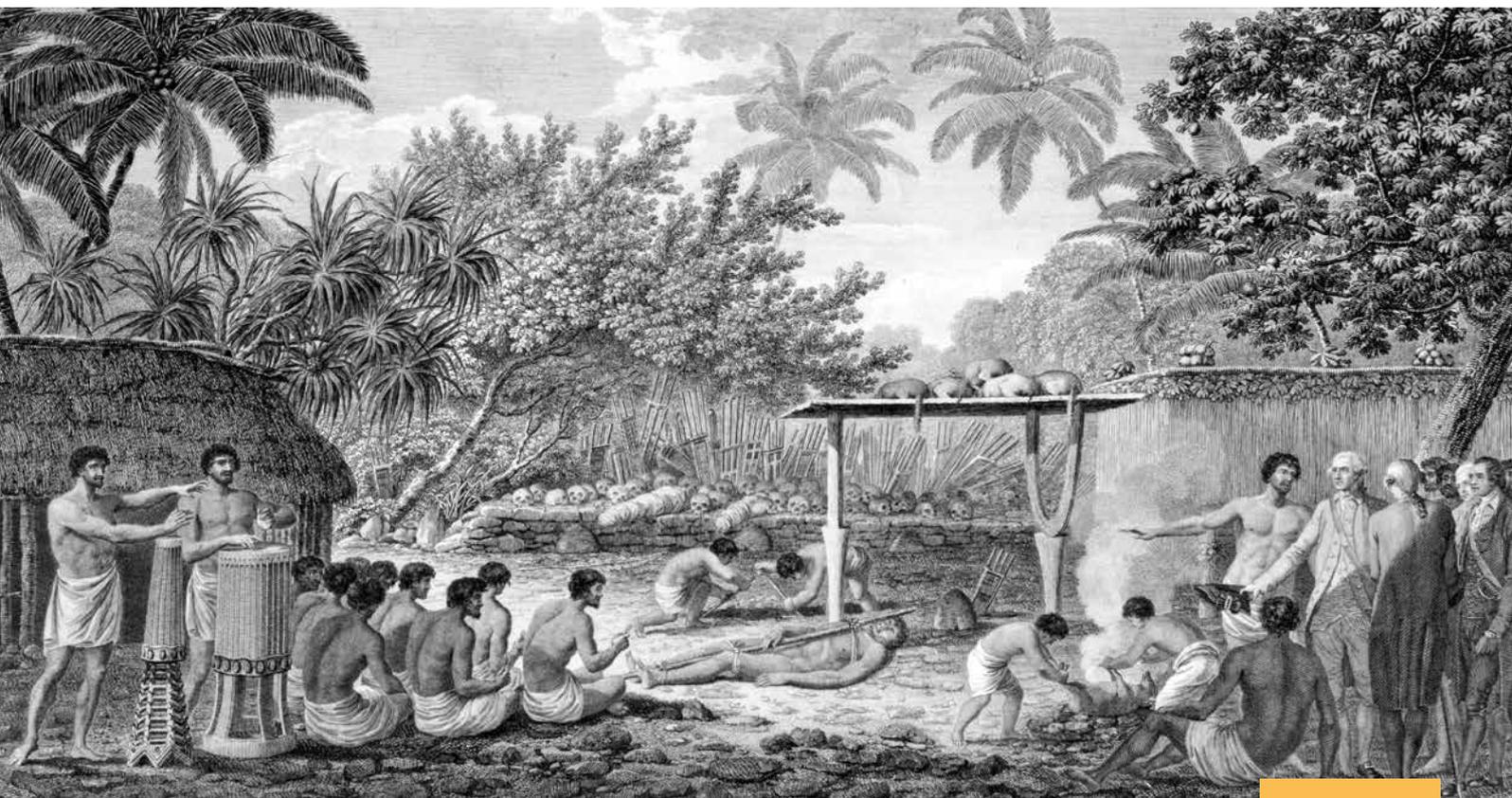
delle botti o addirittura l'acqua di mare.

Cook esplorò per ben tre volte il circolo polare artico. Al comando delle navi *Resolution* e *Adventure* esplorò le isole Marchesi, l'isola di Pasqua, Tonga, Tahiti, Isole della Società, Nuove Ebridi, Nuova Caledonia, Georgia del Sud, Palmerstone, Niue e le isole Sandwich. Entrò in contatto con strane e feroci popolazioni le cui attitudini al sacrificio umano e al cannibalismo erano certamente inusuali per gli europei. James Cook ebbe modo di studiare a fondo le abitudini delle popolazioni indigene con riguardo all'alimentazione e ai rituali a essa legati.

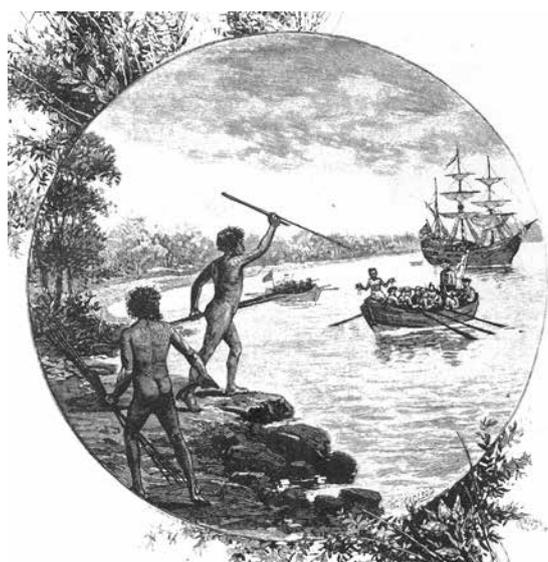
Cook fu il primo a far conoscere al mondo civilizzato la Kava, una pianta aromatica con principi attivi che sulle popolazioni locali erano notevolmente influenti. Lo stato di alterazione psicofisica causato dal suo ingerimento era erroneamente attribuito a una fermentazione durante la lavorazione della radice della pianta. In realtà la lavorazione attraverso la polverizzazione e/o la masticazione portava a

*Cook fu il primo a far conoscere la Kava, pianta indigena con principi attivi dalle molteplici proprietà*

medico della marina Charles Irving che implementò un distillatore a due caldaie; una per cuocere il cibo e l'altra che parallelamente distillava l'acqua ormai stantia



**DIPINTI**  
 IN QUESTE  
 PAGINE ALCUNI  
 QUADRI CHE  
 RAFFIGURANO  
 LE  
 POPOLAZIONI  
 INDIGENE  
 INCONTRATE DA  
 COOK. NELLA  
 TELA QUI  
 SOPRA UN  
 SACRIFICIO  
 UMANO ALLA  
 PRESENZA DEL  
 CAPITANO.



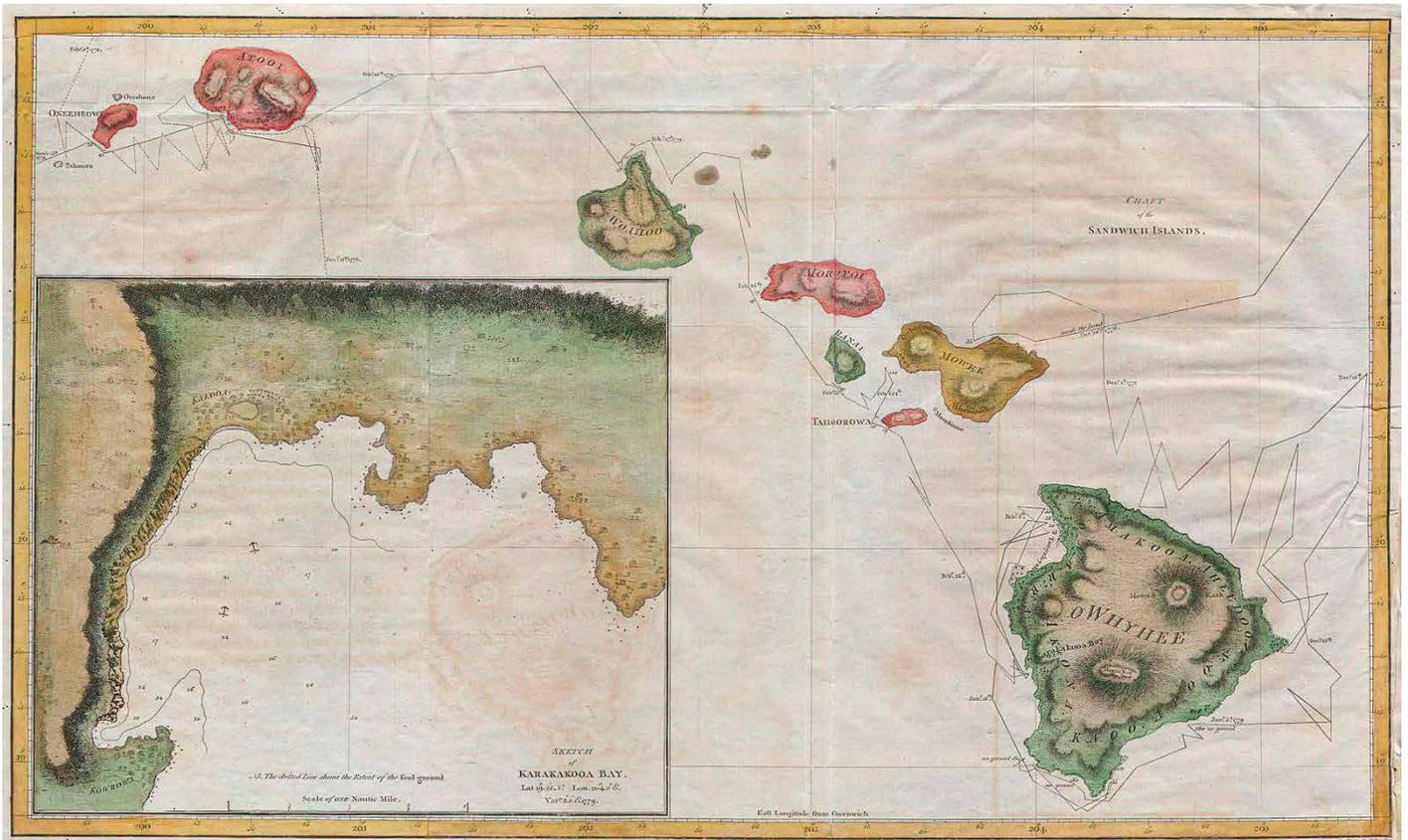
un consumo immediato che difficilmente lasciava il tempo ai lieviti di agire sul preparato. Viene comunque descritto da Cook come liquore insipido, pepato e inebriante. Questa testimonianza è data proprio dallo stato in cui si è trovato un grande capo dopo aver ingerito la Kava. Il succo della pianta del pepe sembrò avesse avuto gli stessi effetti del vino o di altre bevande alcoliche sugli europei.

Non conoscendo l'alcol queste popo-

lazioni erano molto esperte delle proprietà attive delle piante e della frutta. Racconta Cook che un loro marinaio fu curato dalle ferite con la canna zucchero masticata e applicata sulla ferita con effetti cicatrizzanti. Di queste e di altre piante balsamiche gli indigeni avevano una grande cultura.

Considerando che la popolazione europea si curava in gran parte con preparazioni alcoliche questo dovette sembrare strano anche per il capitano che curò la sua unica malattia presa durante la navigazione col "solito vecchio rimedio scozzese" ossia una buona dose di Brandy che lo rimise prontamente.

Il terzo viaggio fu in realtà mascherato dalla missione di riportare il giovane Omai, aiutante della seconda missione, originario dell'isola Raiatea, nella sua terra natale. In realtà lo scopo celato era poter intraprendere nuove rotte commerciali che passassero a nord-ovest dell'America. La missione partì nel 1776 da Plymouth e passando da Tenerife e Città

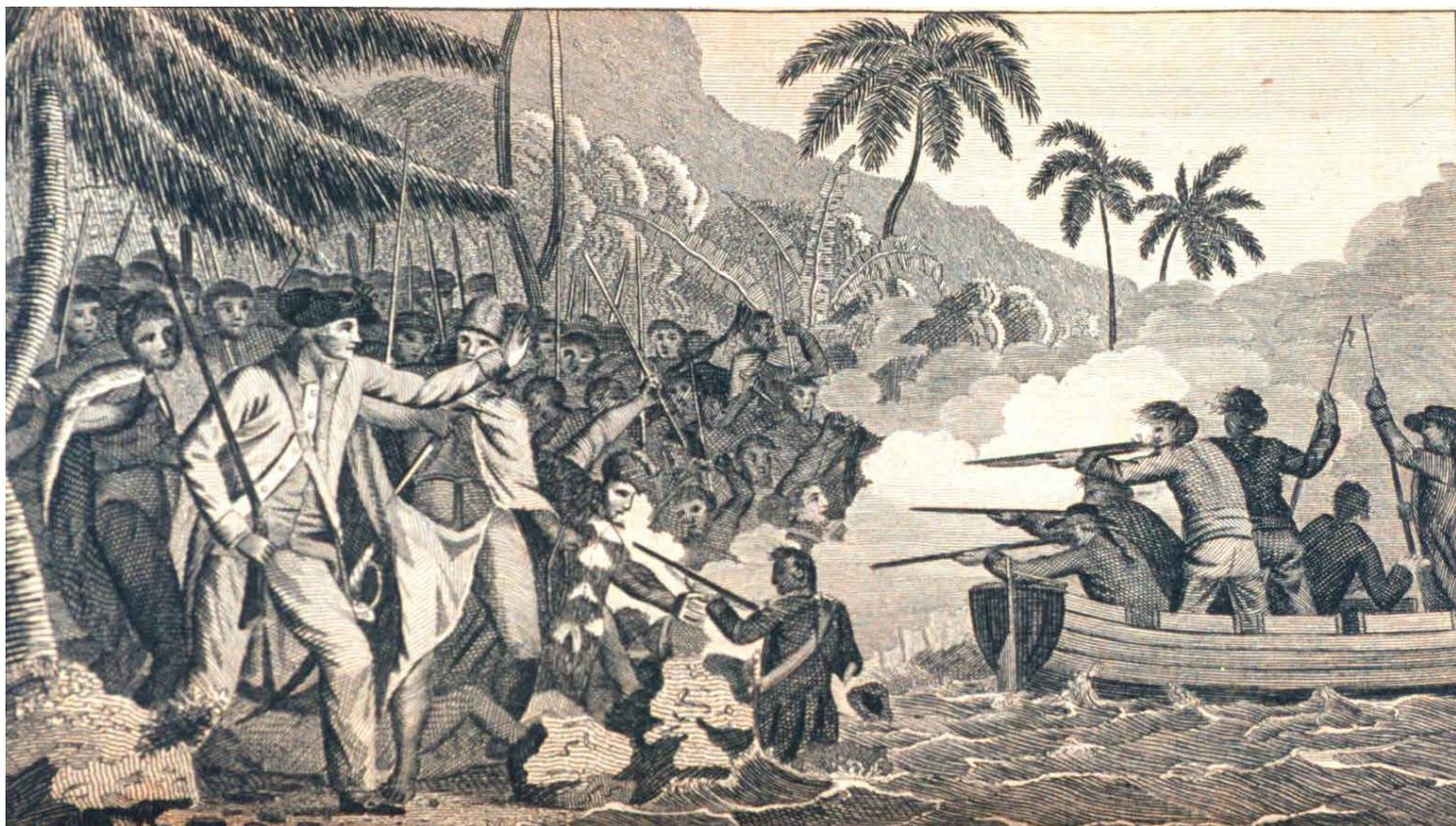


del Capo fece vela per la Nuova Zelanda.

Un evento non previsto in questo viaggio fu la scoperta dell'arcipelago Hawaiiano. Una scoperta che segnerà tragicamente le sorti di James Cook. Sbarcato nella baia di Kealakeua l'equipaggio fu accolto con solenni festeggiamenti dagli abitanti. Questi erano impegnati nei rituali in onore del dio Lono in quelle celebrazioni chiamate Makahiki. La forma della nave e le caratteristiche delle vele

suscitarono ai nativi una certa correlazione proprio con il dio Lono e il capitano Cook inizialmente fu celebrato come la sua reincarnazione. Ben presto, però, l'atteggiamento più diffidente degli abitanti costrinse il capitano Cook ad abbandonare l'isola dopo aver scoperto Waimea, Kauai e le isole Sandwich. Ma alcune vicissitudini legate al danneggiamento della nave costrinsero il capitano a invertire nuovamente la rotta per trovare riparo nell'isola appena lasciata. Il ritorno dei marinai britannici provocò un feroce scontro con i nativi, pare, dovuto a una reazione sproporzionata dei marinai per un furto subito. Durante i tafferugli, il 14 febbraio 1779, il capitano Cook perse la vita sulla spiaggia in seguito a una coltellata.

La storia vuole che i resti del capitano Cook fossero custoditi e conservati dagli anziani in segno di rispetto e onore. Il corpo fu trafugato dagli isolani e, in un macabro rituale, cotto e disossato per una pratica conservativa locale riservata



solo ai membri più importanti delle tribù. Successivamente, il 22 febbraio, alcuni dei resti furono restituiti all'equipaggio e consegnati da questi alle acque dell'oceano.

L'esperienza di Cook alle Hawaii segnò il destino dei sognatori di tutto il mondo, la descrizione degli indigeni dal linguaggio simile a quello delle isole polinesiane e gli incantevoli luoghi paradisiaci saranno d'ora in poi impressi nei desideri del mondo civilizzato, al quale per la prima volta fu descritta anche la pratica del surf. E ancora piante, animali e popolazioni e luoghi mai visti. Molti pensatori, scrittori, artisti sono stati influenzati nella stesura delle loro opere dai fantastici viaggi del capitano Cook, viaggi che hanno scaturito pensieri così forti da essere presenti ben oltre due secoli dopo.

Fu così anche per l'italianissimo Gabriele D'Annunzio che nella prosa ritmata invocava le memorie di questi viaggi trasfigurando i paesaggi esotici, paesi e



mondi sconosciuti. «I viaggi del capitano James Cook. Mio padre m'aveva donato i due volumi, quando non compivo dieci anni. Ora mi vergogno di chiederli, in ricordo del rapimento gioioso e tormentoso ch'ebbi dalla lettura. Tanto sono grullo e smarrito da che mi credo di rinvenire tra le pagine oceaniche la mia fanciullezza e la mia aspettazione? Ma dove, ma dove ritroverò pur qualcosa di simile al sentimento novo che mi esaltava nel



importanti e storici non apportarono al regno britannico risorse tali da cambiare l'economia del paese, fondamentalmente tutte le circumnavigazioni effettuate e tutte le nuove scoperte erano colme di piccole isole poco abitate e sconfinite distese di acqua oceanica.

Ma tutto questo niente, i mari cristallini e i cieli illuminati a giorno da miriadi di stelle divennero poi famosi per la spettacolarità descritta dai grandi artisti e pensatori da Bouganville, Stevenson, Rousseau, Melville, Gauguin, Mark Twain o Frederick O'Brian, tutti accomunati dalla stessa passione per questi luoghi paradisiaci e dallo stesso errore di sottovalutare la ferocia dei nativi incappando nell'erronea convinzione di una loro innata bontà dovuta all'ignoranza e alla apparente tranquillità di una vita in un posto semplice e sperduto. Lo stesso concetto del "buon selvaggio" indifeso che forse sottovalutò anche il Capitano Cook poco prima della sua morte.

(2ª parte - fine)

**Gianni Zottola**

#### ONORI

QUI SOPRA UNA TARGA COMMEMORATIVA A KUNELL. A DESTRA UNA BANCONOTA E UN FRANCOBOLLO NEOZELANDESI CON L'IMMAGINE DI COOK.

disegnare le carte geografiche, nel mettere con la matita blu il mare blu intorno alle isole, alle penisole, ai continenti? Il segno blu circondava un sogno ampio, un arcipelago di sogni minori, un istmo tra due voglie ineguali».

Pagine piene di elementi esotici e naturali, ricordano le descrizioni del capitano Cook in un'orgia di sensazioni, colori e profumi espressi nel desiderio dell'appagare un sogno di terre esotiche, lontane e sconosciute. Un'estetica naturalistica maturata da quelle avventure e a poco a poco surclassata dalla necessità del sogno e del piacere della finzione. Tuttavia questi epici viaggi per quanto

BEVI RESPONSABILMENTE



BY APPOINTMENT TO  
H.M. THE KING  
WINE & SPIRIT MERCHANTS  
LONDON



BY APPOINTMENT TO  
H.M. THE QUEEN  
WINE & SPIRIT MERCHANTS  
LONDON

**BERRY BROS & RUDD**  
WINE & SPIRIT MERCHANTS

[www.no3gin.com](http://www.no3gin.com)  
Enjoy responsibly



## THE KEY TO A TASTE OF TRADITION

Just 3 fruits, 3 spices and 3 centuries of expertise: that is all we deem essential to the traditional flavour of London Dry Gin.

**No. 3 – A Taste of Tradition**

*distributed by*



Via Tiburtina 1314 - 00131 Roma  
Tel +39 06 4190344 - Fax +39 06 4192919  
[www.pallini.com](http://www.pallini.com) - [info@pallini.com](mailto:info@pallini.com)



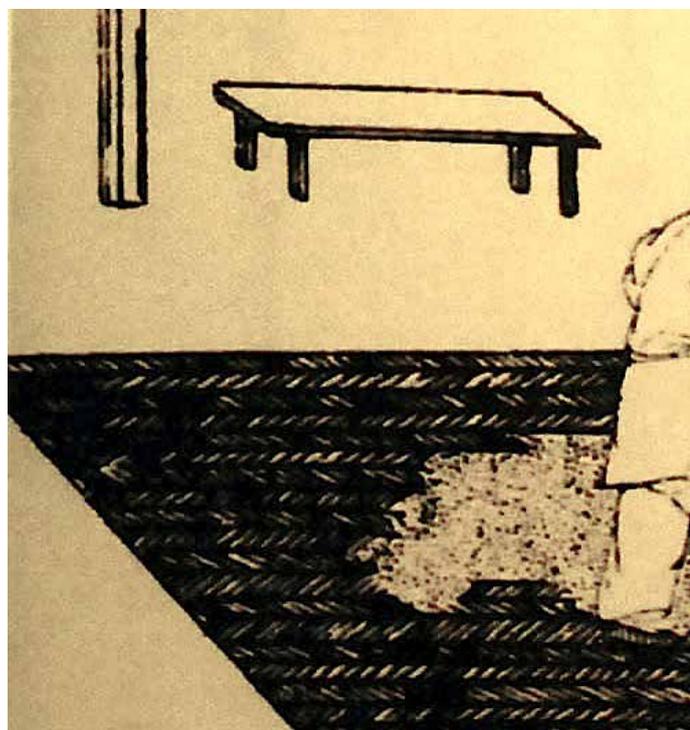
## CHINA STYLE

Distillato da miglio, sorgo e riso sono più di una dozzina le varianti dell'antico *Shaojiu*

DI DEREK SANDHAUS

**Q**uando parlo in pubblico della diffusione e delle potenzialità del Baijiu, il “famigerato” e anticonvenzionale spirito nazionale cinese, realizzo che metà della platea non ne ha mai sentito parlare, un quarto pensa che stia scherzando e il resto che io sia pazzo. Eppure ogni bevitore è pronto ad ammettere che seppur impegnativo nel consumo, il Baijiu è uno degli spirit più diffusi.

In Cina il Baijiu è presente in qualsiasi occasione pubblica o privata, i suoi volumi di consumo ne hanno fatto lo spirit più consumato nel mondo. Le stime indicano che la Cina ha una produzione di Baijiu di circa 17 miliardi di litri annui.



È una cifra notevole se si considera che circa la metà è regolarmente consumata a livello nazionale. Ma se si discute della potenzialità di questo prodotto all'estero le opinioni diventano contrastanti, ma interessanti.

È troppo forte, ha un aroma inconsue-

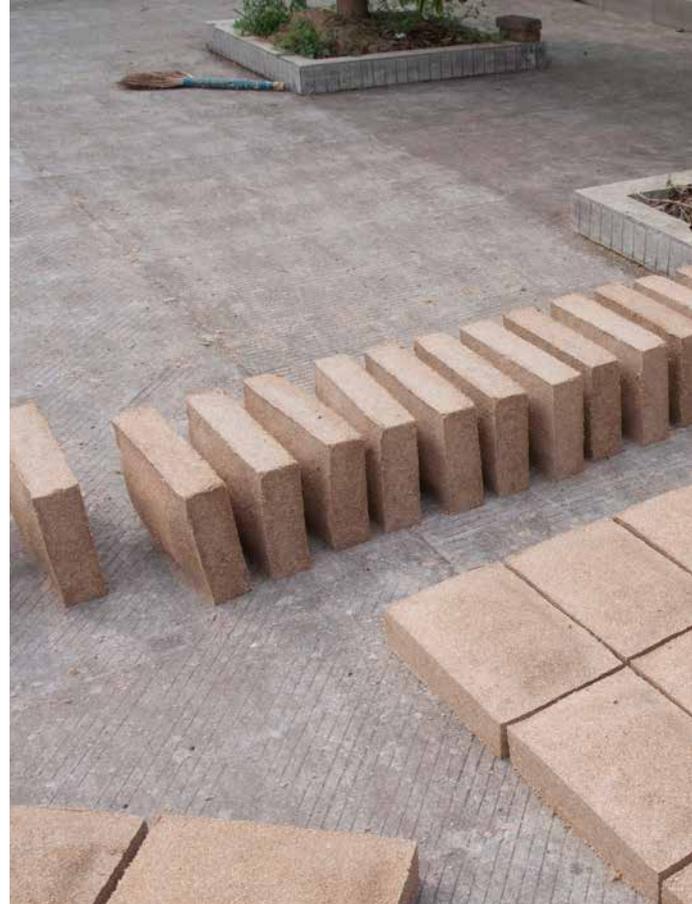


to, fuori dal comune, è l'opinione degli stranieri. Ciò spinge i cinesi a pensare e affermare senza mezzi termini che al resto del mondo non piace il Baijiu. Ma, per assurdo, il Baijiu potrebbe essere il vero spirit che racchiude un concetto di internazionalizzazione.



**TRADIZIONI**  
AL CENTRO  
UN'ANTICA  
SCENA DELLA  
PRODUZIONE  
BAIJIU E IL  
LIQUORE OGGI.  
QUI SOPRA UN  
ANTICO CALICE  
CINESE.

I cinesi sono stati tra i primi a sviluppare le tecniche di fermentazione già scoperte e praticate circa 9.000 anni prima. La distillazione sarebbe nata qualche migliaio di anni dopo nell'attuale Medio Oriente. I documenti storici indicano che l'arrivo del primo liquore in Cina avvenne nel XIII secolo al seguito di mercanti stranieri e delle orde di mongoli guidate da Genghis Khan. Probabilmente era un alcol infuso, una sorta di Brandy simile all'Arrak, e i cinesi lo fecero proprio apportandogli le proprie conoscenze per renderlo più interessante. Quel liquore divenne una sintesi tra oriente e occidente, i cinesi lo avrebbero chiamato *Shaojiu*, l'attuale Baijiu. Quel liquore sarebbe



diventato parte integrante della cultura cinese aumentando il suo potenziale sino agli attuali livelli.

I cinesi realizzano spirit tradizionali partendo dalla fermentazione classica, solida, con gli enzimi che convertono gli amidi composti dei cereali in zuccheri semplici poi trasformati in alcol dai lieviti. Quindi distillano la massa solida con l'ausilio di una corrente di vapori per estrarre l'etanolo. È un processo geniale e assolutamente diverso da qualsiasi altro metodo fuori dall'est asiatico. Il risultato saranno prodotti di incomparabile complessità. Il Baijiu acquista la sua particolare complessità aromatica grazie all'utilizzo di tipici cereali orientali come sorgo, miglio e riso, ma in particolare sorgo dolce.

Ovunque sia arrivato il Baijiu ha con-

quistato nuovi mercati e appassionati, nel corso dei secoli si è trasformato divenendo non un semplice spirito da be-



**PRODUZIONE**  
 IN QUESTE PAGINE ALCUNE FASI DELLA PRODUZIONE DEL BAIJIU. NELLE DUE FOTO AL CENTRO, IN ALTO COLTURE DI LIEVITI E BATTERI USATE PER LE FERMENTAZIONI DI MASSE SOLIDE, E IN BASSO FERMENTAZIONE DEL RISO ALLA GUILIN SANHUA DISTILLERY. IN BASSO A DESTRA, LE ZONE DI PRODUZIONE DEL BAIJIU.

re, ma una categoria di prodotti molto diversa e concettualizzata. All'interno di questa famiglia esistono oggi più di una





#### CATEGORIE

QUI SOPRA  
FERMENTAZIONE  
DI SAUCE AROMA  
ALLA KWEICHOW  
MOUTAI  
DISTILLERY.  
AL CENTRO IL  
SORGO, IL  
CEREALE PIÙ  
USATO NELLA  
PRODUZIONE DI  
BAIJIU E LA  
LUZHOU LAOJIAO  
DISTILLERY CON I  
PIÙ ANTICHI  
POZZI DI  
FERMENTAZIONE  
IN CINA.

dozzina di spiriti definiti Baijiu, ma possono essere differenti tra loro così come il Gin è diverso dal Whiskey. È una unicità assoluta.

La classificazione ufficiale dei Baijiu, eseguita secondo i tipici canoni di apprezzamento cinesi, verte su quattro principali categorie: strong aroma, sauce aroma, light aroma e rice aroma. Lo Strong-Aroma Bǎijiù, è originario della Cina sud-occidentale ed è di gran lunga lo stile più popolare. È un distillato di sorgo, spesso in combinazione con altri cereali come il riso, grano, mais e riso glutinoso, ha un calore piccante e un sapore che richiama fortemente la frutta tropicale e l'anice. Presumibilmente sono stati gli

artigiani di Luzhou che hanno inventato la tecnica di fermentazione in una fossa terrena, un pozzo, nella quale sono interrati i serbatoi di fermentazione che contengono la materia precedentemente macinata e pigiata. È un ambiente fortemente aromatico. Nel corso del tempo le pareti di fango influenzano e assorbono i



**STRUMENTI**  
 IN ALTO OTRI PER LA FERMENTAZIONE DEL SORGO PER I LIGHT AROMA BAIJU. QUI SOPRA OTRI DI ARGILLA PER INVECCHIAMENTO. A SINISTRA UN MOMENTO DELLA PRODUZIONE.

lieviti e altri microrganismi, che assistono l'azione di fermentazione e incrementano l'intensità aromatica.

Saggezza ed esperienza orientali decretano che, più uno di questi pozzi è stato utilizzato migliore sarà la qualità del prodotto finale. Tre anni di attività è il tempo minimo considerato ma i migliori

distillati provengono da pozzi che sono stati utilizzati per decenni, se non per secoli. Uno degli esempi più significativi è costituito da Luzhou Laojiao Distillery che possiede pozzi per la produzione di Baijiu attivi dal 1573.

Oltre il confine, nella vicina provincia di Guizhou, c'è uno stile di produzione stret-



#### **DISTILLERIE**

QUI SOPRA POT STILL CINESI. AL CENTRO STRONG AROMA IN FERMENTAZIONE ALLO SHUI JING FANG MUSEUM A CHENGDU.

tamente correlato agli Strong Aroma chiamato Sauce Aroma. Invece che di fango le pareti dei pozzi di fermentazione sono rivestite di mattoni di pietra. È una distinzione fondamentale. Il ciclo di produzione è un metodo bizantino con il quale la stessa massa solida viene fermentata e distillata sette volte durante un periodo

di circa 9 mesi miscelando i distillati in un saporitissimo (umami) e denso liquido dall'aroma di soia, caramello, funghi e erbe amare. Per molti questo è il più sofisticato tipo di Baijiu riconducibile alla sua massima espressione, il Kweichow Moutai, il brand spirit cinese più importante per valore e reputazione.

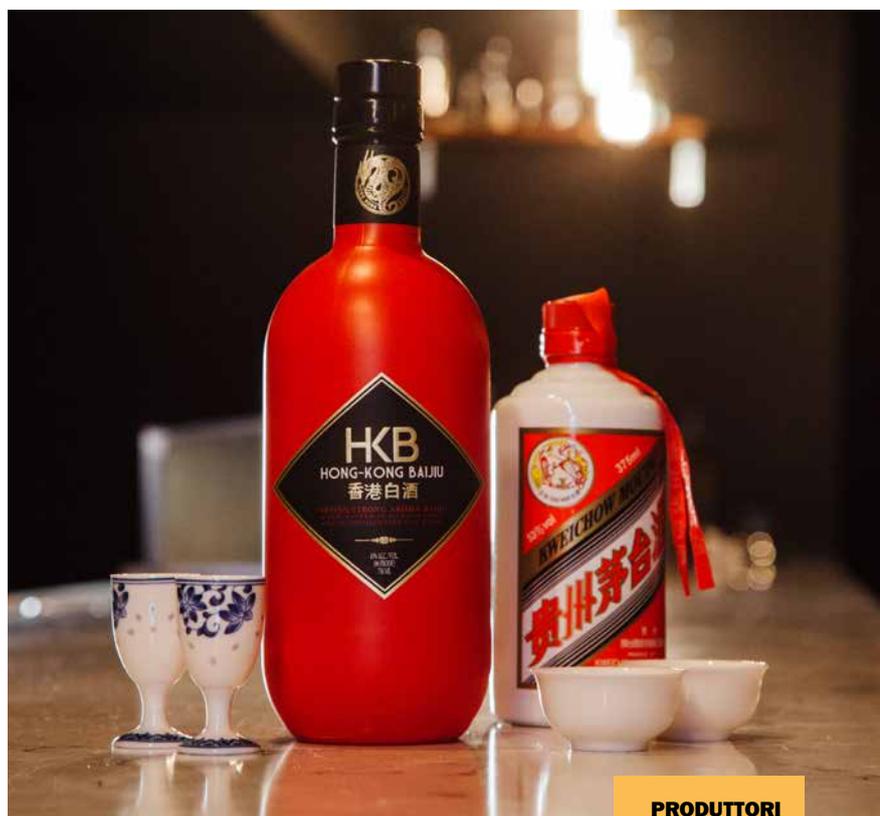
Il Light Aroma del Nord della Cina è un Baijiu di sorgo più mite e delicato, la seconda categoria di consumo per volume. La sua produzione è più veloce e meno costosa: da uno a due cicli di fermentazione e distillazione, un invecchiamento minimo. Brand economici come Red Star Erguotou eseguono la fermentazione in fossa, ma quelli che si distinguono di più, come Xinghuacun Fenjiu, usano ancora delle fosse di pietra che rilasceranno delicate note floreali accentuate da punte di frutta secca e pino.

Da ultimo il Rice Aroma. È così chiamato per la sua base costituita da una poltiglia di riso e riso glutinoso. È lo



stile della Cina sud orientale ed è ben esemplificato dalla produzione di Guilin Sanhua Distillery. Come i Light Aroma anche il Rice Aroma Baijiu viene fermentato in pentole, ma è l'unico stile primario che prevede una multipla distillazione della sola massa liquida. Ciò gli conferirà un colore chiaro e un carattere e aroma simile al Sakè giapponese. È la varietà meno popolare in Cina ma probabilmente quella più apprezzata dagli stranieri.

E quindi si torna al quesito iniziale che costituisce la sfida del Baijiu: può questo distillato così diverso da tutti gli altri, comunque con radici internazionali, integrarsi nel mercato globale? Il Baijiu è ben presente nelle comunità cinesi in tutto il mondo. Le strategie per introdurlo a un pubblico internazionale sono relativamente nuove e i trend già promettenti. Le distillerie cinesi, le major di settore come Diageo, che ha appena rilevato una quota maggioritaria di controllo di Shui Jing Fang Distillery, hanno iniziato



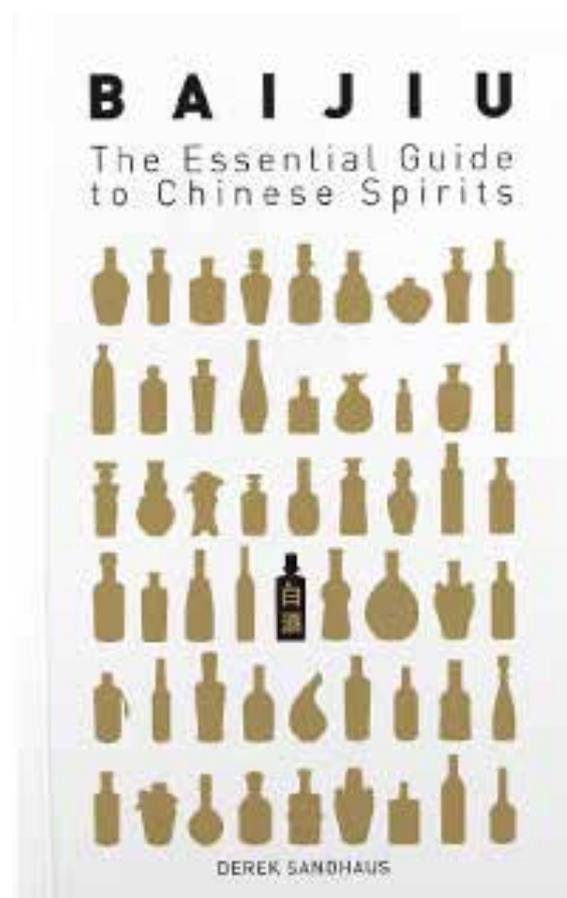
**PRODUTTORI**  
ALCUNE  
MARCHE DI  
BAIJIU  
PRODOTTO  
IN CINA.

le esportazioni dei prodotti verso l'Europa e il Nord America. Un ruolo importante sarà giocato dai player indipendenti che introducono e posizionano i *chinese spirit* nei bar e ristoranti occidentali. E i primi ritorni cominciano a vedersi. Nuovi brand come HKB (Hong Kong Baijiu), uno Strong Aroma, stanno diventando

popolari nei cocktail menu dei locali più trendy di New York, Londra, Roma. Alcune craft distilleries come America's Vinn e la neozelandese Taizi hanno iniziato la loro produzione di Baijiu in loco.

L'affermazione finale del Baijiu richiederà molta pazienza, un grande progetto d'informazione, ma la chiave del successo risiederà nella miscelazione. Così fu per Tequila e Vodka quando erano considerati spiriti di seconda linea. Un ottimo drink miscelato può attrarre molti appassionati, e per i bartender i distillati cinesi sono troppo rivoluzionari per essere ignorati o non considerati. Il Baijiu offre una nuova frontiera di gusti dolci e salati come mai nient'altro prima. È una rivoluzione geometrica non euclidea del mondo degli spiriti, che spinge a riconsiderare ciò che di fondamentale abbiamo sempre saputo sull'alcol.

Nelle sue molteplici espressioni il Baijiu offre una nuova serie di strumenti che possono spingere la mixology verso



frontiere mai immaginate prima. I distillati hanno cambiato la Cina. È solo una questione di tempo prima che i *chinese spirits* cambino il mondo.

**Derek Sandhaus**

*(Traduzione di Fabio Bacchi)*

## LE RICETTE

### **MONKEY BARREL di Riccardo Marinelli Jerry Thomas Project - Roma**

#### INGREDIENTI

- 30 ml HKB Baijiu
- 30 ml Dark Rum special mix
- 30 ml succo di lime
- 15 ml succo di arancia e mandarino
- 30 ml cordiale al passion fruit e liquore allo zenzero
- Bergamotto bitter

Metodo: shake. Glass: Tiki mug

### **THINK SHE'S GOT IT di Shawn Chenn Decoy & RedFarm - New York**

#### INGREDIENTI

- 50 ml HKB Baijiu
- 15 ml Canton ginger
- 15 ml cane syrup
- 30 ml succo di lime
- 30 ml blackberry puree
- 3 dices chopped zenzero fresco
- 5/6 foglie di basilico

Metodo: build in shaking tin. Muddle zenzero e foglie di basilico, mescolare gli altri ingredienti ed agitare.

Shake & Strain in un Collins glass. Guarnizione: due fette di lime e foglie di basilico.

# ALPESTRE: sinfonia di 34 erbe.

*Rilassatevi e assaporate la straordinaria sinfonia di Alpestre: la eseguirà per voi una grande orchestra di 34 erbe officinali invecchiate in botti di rovere secondo un'antica ricetta. Un piccolo grande sorso che vi aprirà il cuore e la mente.*



Bevi responsabilmente.

alpestre.it Distribuito da: OnestiGroup S.p.A.



**BarTales**  
www.bartales.it

*vi invitano a partecipare  
agli educational*

## "I LIQUORI DEL SILENZIO. ALPESTRE E GLI ELIXIR MONASTICI"

**19 Ottobre**  
Algorazein Lounge Bar  
SELINUNTE (TP)

**21 Ottobre**  
Bartender's  
NAPOLI

**28 Ottobre**  
Villa Mussolini  
RICCIONE

**9 Novembre**  
Castello Carlo V  
MONOPOLI (BA)

**30 Novembre**  
Flairtender  
PADOVA

**GRANDI NAVI**

IN QUESTE  
PAGINE I DUE  
TRANSATLANTICI  
A GENOVA E IN  
NAVIGAZIONE.  
A DESTRA IN  
BASSO I BAR  
DEL RAFFAELLO  
E DEL  
MICHELANGELO.



# QUEL DRINK SULL'OCEANO

Un mix equilibrato e l'intuizione di uno scafo per bicchiere

DI LUCA RAPETTI

**G**enova, una delle più potenti Repubbliche Marinare, è sempre stata uno dei punti di riferimento per il commercio marittimo in Europa e nel mondo. Caratterizzato dall'inconfondibile faro che lo sovrasta, ancora oggi risulta il primo porto italiano in termini di movimentazione di merce.

Il comparto turistico crocieristico rappresenta uno degli aspetti più importanti per il porto di Genova. Durante gli anni

'60 e '70 ha accolto e varato alcune delle più importanti navi del periodo. Michelangelo e Raffaello sono nomi che rievocano due tra i più importanti artisti del Rinascimento italiano, due colossi dell'arte ai quali vennero dedicati due imponenti ed innovativi transatlantici, in quel periodo chiamati anche "Super-Transatlantici".

La disposizione delle navi era identica e l'unica differenza tra Michelangelo e Raffaello riguardava lo stile. Nella prima

era classico, nella seconda Art Déco, e su entrambe le navi erano presenti molte opere d'arte degne di un museo. Il progettista era unico, ma i team di architetti e artisti lavoravano indipendentemente tra loro. La Michelangelo venne ultimata il 21 aprile 1965, dopo 5 anni di costruzione e un costo complessivo di 75 miliardi di lire di allora. Con 1.495 passeggeri a bordo salpò per il suo viaggio inaugurale da Genova a New York il 12 maggio 1965. La Raffaello, con 1.121 passeggeri, partì anch'essa da Genova, direzione New York, il 25 Luglio 1965.

Costruite dalla Italia Navigazione, ente statale che si occupava dei trasporti marittimi, queste "città galleggianti" trasportavano i viaggiatori che si dirigevano a New York o verso l'Italia, offrendo tutti i comfort di un hotel a 5 stelle suddiviso in 3 classi: prima classe, seconda classe, detta anche "classe cabina" poiché nessuno voleva essere considerato un viaggiatore di "seconda classe", e classe turistica. Saloni da ballo, ristoranti, piscine all'aperto e persino un ospedale attrezzato rappresentavano il lusso e il miglior servizio per una clientela internazionale, che annoverava nomi illustri tra i suoi ospiti.

Nella loro magnificenza queste navi erano un orgoglio italiano. Su entrambe vi era un'eccellente servizio che dislocava ben 7 bar in punti strategici e ognuno dei quali guidato da un barman con il suo staff. BarTales ha incontrato una delle figure più celebri di quella pattuglia di barman del tempo definiti "intrattenitori e gentleman dell'arte del buon bere". Benito Cuppari, genovese classe 1936, è una delle più carismatiche figure ancora viventi di una generazione di barman che avrebbe attirato su di sé grandi attenzioni



24 T/N RAFFAELLO  
 Classe Cabine Sala delle Feste    Cabin Class Ball-Room    Classe Cabine Salon des Fêtes    Kabinenklasse Festsaal    Classe Cabine Sala de Festas    Classe Cabine Salão de Festas



338 T/N MICHELANGELO  
 Classe Turistica Bar    Tourist Class Bar    Classe Touriste Bar    Touristenklasse Bar    Classe Turistica Bar    Classe Turistica Bar



#### BARTENDER

BENITO  
CUPPARI DA  
GIOVANE  
MENTRE  
PREPARA UN  
COCKTAIL.

per il livello di professionalità e servizio che offrivano, nonché per favoleggiati guadagni di sconosciuta entità.

Benito navigò con tutti i grandi transatlantici italiani: Augustus, Giulio Cesare, Leonardo Da Vinci, Colombo, Michelangelo, Conte Grande, Raffaello. Del Michelangelo, amatissimo, ne divenne il capo barman e la sua plancia di comando era

il Bar Nero, tutto in pelle nera, un bancone lungo 28 metri e un disegno a tema michelangiotesco a dominare la scena. Dopo aver frequentato la scuola alberghiera, Benito venne mandato per un certo tempo sull'Isola di Wight, nel sud dell'Inghilterra, per appren-

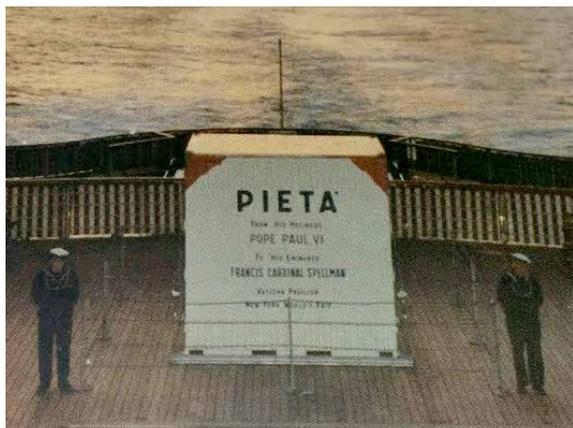
dere la lingua inglese e perfezionare le conoscenze apprese durante il suo percorso di studi.

In un tempo in cui non esistevano ancora internet, telefoni cellulari, treni ad

alta velocità o aerei per voli intercontinentali (il primo volo Boeing 747 venne inaugurato il 9 febbraio 1969), le possibilità per un giovane di ampliare la propria conoscenza erano due: i libri o i viaggi per il mondo. Sacrifici spesso non alla portata di tutti. Questo fece Benito Cuppari nel 1954, il cui primo imbarco fu sul transatlantico Cristoforo Colombo. Su questa nave fu imbarcata la Pietà di Michelangelo per il viaggio da Napoli verso New York dove sarebbe stata esposta. L'opera fu assicurata per sei miliardi di lire del tempo e imballata in due casse. Una esterna inaffondabile e l'altra interna riempita di polistirolo. Durante il viaggio fu sempre guardata a vista e non custodita nella stiva ma su un ponte esterno, così da facilitarne il recupero in caso di affondamento o naufragio grazie al galleggiamento garantito dalle due casse.

Il contatto con una clientela internazionale e la possibilità di avere a disposizione una cambusa ben assortita di frutta, spezie e prodotti liquoristici, portò Cuppari a creare un drink molto semplice ma allo stesso tempo molto apprezzato

*Benito navigò con tutti i grandi transatlantici italiani. Nel 1954, il primo imbarco sul Cristoforo Colombo*



dai passeggeri. L'abbondanza di ananas suscitò in Cuppari una certa curiosità e decise di provare a miscelare il frutto con Rum e un'eccellenza della tradizione liquoristica italiana, il liquore Galliano con le inconfondibili note di vaniglia. Un mix di succo di limone e zucchero per ottimizzare il bilanciamento e un top finale di Champagne brut completavano la ricetta.

I motivi che indussero Benito a utilizzare il Galliano erano semplici ed intuitivi: il Galliano era sempre presente nelle bottigliere dei bar a bordo delle navi da crociera e nei migliori cocktail bar delle grandi città, inoltre il suo gusto deciso con finale vanigliato era molto apprezzato dalla clientela estera, in particolare da quella statunitense. Ciò che rende un cocktail apprezzabile è sicuramente l'unione equilibrata dei vari ingredienti ma anche la scelta del bicchiere in cui servirlo. Per Benito il bicchiere rappresentava idealmente la struttura esterna di una nave di lusso, all'interno della quale esisteva un piccolo mondo, composto da vari elementi in perfetto equilibrio. Cuppari ebbe una grande intuizione. Sfruttò l'ananas stesso come "scafo" per il suo cocktail. Una vola scavato per ricavarne la polpa usata per produrre il succo d'ananas fresco, il guscio del frutto veniva utilizzato come un bicchiere.



Ma seppur nato sul Cristoforo Colombo, fu a bordo del Michelangelo che il cocktail guadagnò la sua notorietà. Cuppari vi s'imbarcò nel 1965 ed ebbe l'occasione di proporre la sua creazione in uno dei sette bar che il transatlantico offriva, il Bar Lido. In un cocktail di successo, altrettanto fondamentale è il nome che deve essere semplice da ricordare e suscitare la curiosità di chi vuole provarlo.

Benito era grande amico del gestore di uno dei più noti night club della Riviera di Levante, nella celebre e mondana Santa Margherita Ligure: il Barracuda. Un nome semplice e facile da ricordare, che si abbinava perfettamente con lo stile un

**MARE & DRINK**  
 QUI SOPRA DUE  
 FOTO DEL BAR  
 DEL CRISTOFORO  
 COLOMBO.  
 IN ALTO A  
 SINISTRA LA  
 CASSA DELLA  
 PIETÀ DI  
 MICHELANGELO  
 CHE FU  
 TRASPORTATA DA  
 NAPOLI A NEW  
 YORK PROPRIO  
 SUL CRISTOFORO  
 COLOMBO.



#### CREAZIONI

LA RICETTA DEL FAMOSO COCKTAIL BARRACUDA A BASE DI ANANAS.

po' caraibico del cocktail stesso. Così nacque il Barracuda Cocktail, un mix di ingredienti particolari e inusuali per quel periodo, un grande esempio di cocktail concept (mix, bicchiere, nome in sintonia), che permise a Cuppari di prepararne decine ogni giorno. Il drink assunse a una fama internazionale e Distillerie Solaro di Milano, al tempo proprietaria del marchio Galliano, decise di produrre una riproduzione in ceramica dell'ananas, con impressa la foto e la ricetta del Barracuda, usando altri due prodotti dello stesso portafoglio di marchio. Ecco la ricetta:

- 2/10 Liquore Galliano
- 3/10 Rum Palo Viejo
- 3/10 succo ananas
- 1/10 succo di lime o limone
- 1/10 sciroppo di zucchero o un cucchiaino di zucchero.

Completare con Champagne Brut Mer-

cier, uno spicchio di limone e una ciliegia al Maraschino. Prodotto in centinaia di esemplari, questo gadget veniva regalato a tutti i clienti del Michelangelo che ordinavano un Barracuda al bar. Questa geniale strategia di marketing incrementò notevolmente il consumo dei prodotti impiegati nella preparazione del cocktail. La Dole, azienda statunitense leader mondiale nella distribuzione di prodotti ortofrutticoli, fece pervenire a Cuppari una lettera di ringraziamento per aver aumentato considerevolmente, grazie alla sua ricetta, le forniture di ananas a bordo delle navi delle principali compagnie internazionali.

Membro AIBES, Benito Cuppari fu premiato con lo Shaker d'Oro per il cocktail Michelangelo (Bourbon, Bitter Campari, succo di limone) e insignito del premio Bruno Deserti dall'allora presidente Angelo Zola. Quale barman non desidererebbe ricevere complimenti da colui che tutt'oggi è riconosciuto come uno dei padri della cultura Tiki nel mondo? Anche questo accadde a Cuppari. Nel 1970 a Londra, e poi nel 1973 a New York, si recò presso i due già noti Trader Vic's Tiki Bar nei cui menù era stato inserito il Barracuda Cocktail. Ebbe l'opportunità d'incontrare di persona Victor Bergeron (aka Trader Vic), che gli confessò di adorare molto il Barracuda, perché conteneva Rum come base alcolica e poi perché rispecchiava totalmente il concetto Tiki dei Trader Vic's Bar.

Nel 1975, dopo ben 10 anni trascorsi a servire e deliziare i passeggeri con i suoi fantasiosi cocktail, Cuppari sbarcò definitivamente sulla terraferma. L'avvento dei jet di linea intercontinentali, che offrivano un servizio più veloce e meno costoso, decretavano la fine di un'epoca

 <p><b>COFFEE TORTUGA</b></p> <p>Hot coffee, brandy, fused with "Tia Maria", finished with a special cream topping. Served in a head hunter's mug.</p>	 <p><b>HONEYMOONERS</b></p> <p>1 oz. Liqueur Galliano          ½ oz. Drambuie          1 oz. Cream          1 Dash Almond Essence</p> <p>Shake with ice and pour into a Champagne glass, with a light sprinkling of nutmeg for the final touch.</p>	 <p><b>MICHELANGELO</b></p> <p>1½ oz. Bourbon          ½ oz. Bitter Campari          ½ oz. lemon juice          ½ oz. sugar syrup          one dash Frothiee</p> <p>Shake well with cracked ice and serve in a Delmonico glass. Add a cherry and half orange slice.</p>	 <p><b>BENITO'S SPECIALS</b></p>
--	---	---	--

 <p><b>PAPILLON</b></p> <p>3/10 Ron Carta Oro          2/10 Gin          3/10 Pineapple juice          2/10 Coconut cream</p> <p>Shake with ice and pour into a coconut shell, fill with Champagne. Garnish with a chunk of pineapple and cherry.</p>	 <p><b>COCO DORADO</b></p> <p>1 oz. Liqueur Galliano          2 oz. Ron Carta Oro          ½ Peach          1 oz. Coconut cream          Dash of Granadine</p> <p>Put ingredients into blender with shaved ice. Mix until thick (semi frozen), pour in big round glass. Garnish with a gar-dinia.</p>	 <p><b>BALUBA</b></p> <p>1 oz. Liqueur Galliano          1½ oz. Ron Carta Oro          1 oz. Coconut cream          2 oz. Pineapple juice          ½ oz. Lime juice</p> <p>Place ingredients in blender at low speed for 30 seconds, pour in tall glass. Decorate with pineapple chunk and cherry.</p>	 <p><b>BARRACUDA</b></p> <p>½ oz. Liqueur Galliano          1 oz. Gold Rum          1 oz. Pineapple juice          ¼ oz. Lime juice          ¼ oz. Sugar syrup</p> <p>Shake with ice and pour into a pineapple shell. Fill with Champagne. Garnish with slice of lime and cherry.</p>
--	--	---	--

e il Michelangelo stava ormai terminando il suo servizio. Il 12 gennaio 1975 Michelangelo partì per l'ultima volta da New York verso Genova. Sul molo Pier 94 una folla in lacrime salutò la nave che si avviava verso il suo destino finale. A Genova l'avrebbe accolta una folla immensa per l'ultimo saluto a quella che era stata la nave orgoglio della marina italiana. Del patrimonio Michelangelo ne avrebbero fatto ferovecchio.

Con il cuore e la mente sempre rivolti verso la sua terra d'origine, Cuppari decise senza alcun dubbio di stabilirsi nella sua amata Genova. Aprì il suo primo locale col nome di Shaker Club, ora Scassa Diavoli, in via Cesarea, dove veniva proposto il Barracuda e altri signature cocktail creati negli anni precedenti da Cuppari come il Papillon. Anche se meno celebre del Barracuda, il Papillon rap-



presenta anch'esso un ottimo esempio di come costruire una storia attorno al cocktail, in modo da renderlo più interessante al cliente.

Basato su una semplicissima ricetta a base di Rum Gold, Gin, succo d'ana-



che dopo alcuni anni cedette lo Shaker Club per spostarsi in una delle aree più rinomate di Genova, con una vista mozzafiato che si estende da Est a Ovest e sovrasta tutta l'area portuale di Genova e il suo imponente faro, Castelletto.

Qui sorge La Barcaccia, piccolo ristorante guidato da Davide, figlio di Cuppari, nel quale si trova un imponente banco bar con una vasta selezione di distillati, liquori e amari, il tutto sormontato da un modellino in scala del Michelangelo. Fiero del suo passato, Benito non esita a passare dietro il banco del bar per mostrarmi un piccolo oggetto di sua creazione, con tanto di brevetto depositato: un pela limoni per mancini, progettato per creare rapidamente una spirale perfetta o un peel per un Martini cocktail. Nel 2011 l'I.B.A. inserì ufficialmente nella nuova cocktail list mondiale il Barracuda Cocktail, nella categoria New Era Drink.

Benito Cuppari è stato protagonista di un periodo dorato del bartending, degno ambasciatore della tradizione italiana del bartending nel mondo.

**Luca Rapetti**

(Courtesy Picture Transatlantic Era)

**GENOVA**

IN ALTO BENITO CUPPARI CON LUCA RAPETTI AL BANCO DE LA BARCACCIA, GESTITO DAL FIGLIO DAVIDE. QUI SOPRA UN INTERNO DEL LOCALE. IN ALTO A DESTRA IL PELA LIMONI PER MANCINI BREVETTATO DA CUPPARI.

nas e crema di cocco, il tutto servito in una noce di cocco e completato con Champagne, il suo nome si ispira al libro "Papillon" dello scrittore francese Henry Charrière. Pubblicato nel 1969, racconta in modo autobiografico i 12 anni di prigionia che l'autore scontò nelle prigioni della Guyana Francese. Avvincente, ricco di racconti dal forte impatto emotivo, Papillon catturò in breve gli animi di migliaia di lettori e nel 1973 divenne un film nel cui cast figuravano Steve McQueen e Dustin Hoffman. Molte altre creazioni si aggiunsero alla cocktail list di Cuppari,

# DAL VENEZUELA, LA PIÙ NOBILE FAMIGLIA DI RUM

## CLARO

Santa Teresa con la sua maestria bicentennaria, segue per almeno 2 anni l'invecchiamento di questo rum fruttato, dal colore leggermente ambrato, perfetto per ogni cocktail.

## AÑEJO GRAN RESERVA

È il risultato della miscela dei migliori rum Santa Teresa invecchiati fino a 5 anni. Ideale per la miscelazione, rivela un gusto inconfondibilmente vanigliato.

## SELECTO

Tra i migliori rum super premium al mondo, nasce da un blend di pregiati rum, invecchiati fino a 35 anni con metodo Solera. Dal colore ambrato e dal gusto morbido e deciso.

## SANTA TERESA 1796

Nato dalla miscela dei rum di prima classe Santa Teresa invecchiati fino a 10 anni, è corposo, complesso al palato e consistente nel gusto.



   **RonStaTeresa** | [www.ronsantateresa.com](http://www.ronsantateresa.com)

DISTRIBUITO IN ESCLUSIVA DA OnestiGroup S.p.A.  
[www.onestigroup.com](http://www.onestigroup.com)

BEVI RESPONSABILMENTE

**santa Teresa**<sup>®</sup>  
FUNDADA EN 1796

**BarTales**  **onestiGROUP** S.p.A.  
[www.bartales.it](http://www.bartales.it)

TI INVITANO A PARTECIPARE AGLI EDUCATIONAL  
**SANTA TERESA BARTENDING LAB 2015**

TASTING, MIXOLOGY, STORYBOARDING COCKTAIL

**4 NOVEMBRE, PADOVA - C/O FLAIRTENDER | 24 NOVEMBRE, GENOVA - C/O LES ROUGES | 25 NOVEMBRE, RICCIONE - C/O PEPPER BAR & VILLA MUSSOLINI  
8 DICEMBRE, CAGLIARI - C/O WORKUP | 9 DICEMBRE, FROSINONE - C/O ATENEO DEL BARTENDING**

# TOCCO ITALIANO

Una selezione  
del meglio  
della produzione  
tricolore

DI DARIO D'AVINO E FABIO BACCHI

I Gin perpetua una seconda giovinezza forte del rinnovato interesse che lo ha ricollocato al centro dell'attenzione delle aziende produttrici. La nuova Gin Craze sollecitata da un bartending esigente attrae e premia consumatori entusiasti e affascinati da uno degli spiriti più ricchi di sapori e storia. E quando il mondo del Gin e del ginepro incontra l'esperienza e la professionalità di tutti quei distillatori che in decenni di storia sono stati impegnati ad affinare le loro tecniche e le loro arti, non può non nascere una nuova ed interessante esperienza arricchita da mani sapienti.

E l'Italia non poteva certo stare a guardare. Da sempre patria di quello che viene considerato uno dei miglior botanicali per la produzione del Gin, il ginepro che cresce sull'Appennino nella zona a cavallo tra Emilia, Toscana e Umbria, la nostra nazione ha il primato della raccolta di numerose altre botaniche usate nel processo produttivo: le scorze di agrumi provenienti dalle regioni meridionali, tra

cui il famosissimo bergamotto di Calabria, la liquirizia abruzzese e tutta una moltitudine di erbe e radici alpine. L'esperienza e le materie prime italiane, poste al servizio di uno spirito che ben si presta a farsi reinterprete e declinare, hanno dato alla luce una serie di prodotti, dalle caratteristiche anche molto diverse tra di loro, ma tutti all'insegna di un Gin in chiave tricolore.

BarTales ha testato l'offerta dei Gin italiani e ha scelto quelli che, in un percorso sensoriale soggettivo opportunamente declinato, ha ritenuto meritevoli di stare senza dubbio nelle bottigliere di un bar. Sono tutti grandi prodotti con un altro grado di mixability e molto versatili. Alcuni di loro sono giovanili, irruenti e festosi, altri più classici e severi, autorevoli negli abbinamenti, e tutti con una complessità unica e singolare. Tutti esprimono valori tradizionali o di terroir, nel concetto o nello spirito. Sicuramente il meglio dell'Italian Gin Craze.





## **VALLOMBROSA GIN DRY**

Tra le Diocesi di Arezzo e di Firenze, nell'Appennino Tosco-Emiliano, si trova l'Abbazia di Vallombrosa. Costruita nel 1028 da San Giovanni Gualberto, fondatore della Congregazione Benedettina di Vallombrosa, l'Abbazia rispondeva alla necessità di trovare un luogo il più isolato possibile in cui raccogliersi e in cui mettere in pratica il precetto di San Benedetto "ora et labora" a cui si ispiravano i monaci. È proprio il dedito e certosino lavoro che hanno reso famosa la produzione dell'Abbazia: miele, cioccolata, preparati erboristici, liquori, amari e distillati di molte erbe. Il prodotto che più di tutti si è affermato all'attenzione è stato il Dry Gin di Vallombrosa, ottenuto grazie all'uso esclusivamente di un'unica varietà selvatica di bacche di ginepro che cresce sulle colline tra Sansepolcro e Pieve Santo Stefano, nella provincia aretina. Alla guida della produzione e depositario dei segreti monastici c'è padre Roberto Lucidi, il cui segreto sembra essere quello di pestare ancora oggi le bacche di ginepro a mano in vecchi mortai. Il risultato è un Gin con una gradazione alcolica importante, 47 gradi, un'alta concentrazione aromatica e che alla vista non presenta opacità. La nota gineprina è importante, attenuata inizialmente dalla forte nota alcolica che esplose in bocca al medio palato con sfumature speziate e forse poco fresche, un carattere severo e autorevole che ha attinenze con i più classici London Dry,



## GILBACH GIN

Alessandro Gilmozzi, è uno chef, classe 1965. Formatosi alla corte di nomi come Adrià e Ducasse, alla guida del ristorante El Molin, a Cavalese nella Val di Fiemme in Trentino, Gilmozzi giorno dopo giorno perfeziona la sua cucina fatta di innovazione e di una passione profonda per quei doni, quelle materie prime, che la montagna intorno a lui gli mette a disposizione. Aiutato dal suo sous chef, Andreas Bachmann, Gilmozzi decide di trasportare tutta la sua passione per il territorio e per i suoi ingredienti dalla cucina a un nuovo progetto: un Gin. Alessandro e Andreas partono dalle bacche di ginepro, dal sambuco e dalla prugnola selvatica per creare quello che nella loro idea vuole essere un Gin di montagna i cui ingredienti, assolutamente naturali, vengano selezionati e raccolti personalmente. Grazie alla collaborazione con la Distilleria Pilzer Gilbach, il Gin è divenuto realtà. Si caratterizza per una gradazione alcolica di 40 gradi e presenta note fruttate di prugna, di ciliegia e di nocciola, sentori di limone e sambuco, spiccano inoltre il ginepro la resina e il rosmarino. Nel complesso risulta equilibrato, fine e persistente. Ha una buona freschezza che attenua una aromaticità importante, la sua evoluzione in bocca si concretizza con un lungo finale in continua trasformazione.



## DOL GIN

C'è la passione di un uomo per il suo territorio, l'Alto Adige, con le sue montagne, le Dolomiti, in quella parte occidentale che si estende tra la Val Gardena e il massiccio dello Sciliar e che prende il nome di Alpe di Siusi. Qui la montagna è aspra ma meravigliosa e forgia caratteri e amicizie. Come quella che lega Florian Rabanser, maestro distillatore della distilleria Zu Plum, al farmacista del paese di San Valentino. Nasce così l'idea di trasformare la passione comune per la ricerca di erbe selvatiche e aromatiche indigene nel progetto di un Gin essenza di tutto quello che è il loro territorio. Dopo due anni di lavoro incessante nasce Dol Gin che vede l'impiego di 24 differenti botaniche tra cui la radice di genziana, l'achillea di montagna, l'anice selvatico i fiori di sambuco e ancora radici di angelica, cumino e rosa canina, tutti ingredienti di provenienza dolomitica, con l'unica eccezione della scorza di limone del Lago di Garda. Il Gin al palato è piuttosto complesso, con accenni speziati e vagamente piccanti, la presenza sostenuta ed evidente delle note di ginepro seguito da quelle più fresche della scorza di limone e da quelle amare della genziana. ABV 45°.



## Z44 DISTILLED DRY GIN

Era il 1946 quando Gottfried Roner iniziò a distillare. Dopo i primi successi ottenuti con la produzione delle grappe, a metà degli anni Sessanta, i figli Andreas e Guenther Roner subentrano al padre guidando l'azienda attraverso numerosi successi commerciali legati al mondo dei distillati di frutta e delle acquaviti. Nel 2007 Karin Roner entra in azienda e diventandone l'amministratore delegato segna il passaggio alla terza generazione. Si punta a una crescita qualitativa ma anche filosofica che trova espressione in numerosi progetti, tra cui proprio un Gin: Z44. L'idea è quella di caratterizzare un Gin con la presenza dei sapori delle pigne fresche di Pino Cirmolo, caratteristica conifera della famiglia delle Pinaceae autoctona delle Alpi. Le pigne, che arrivano a maturazione dopo tre anni e che vengono raccolte a mano nel periodo estivo per preservarne la ricchezza di linfe rosse, vengono lavorate per infusione e successivamente ne viene distillato l'estratto in un piccolo alambicco. Il risultato è un Distilled Dry Gin che unisce la freschezza erbacea e le note balsamiche del pino a quelle dell'achillea, della radice di violetta e della radice di genziana in un prodotto che risulta gradevole, bilanciato, con un piacevole tono agrumato, leggermente floreale, e molto ben eseguito. ABV 44°.



## GINIU

Questo affascinante prodotto sardo affonda le sue radici nella tradizione delle distillerie clandestine sorte in Sardegna subito dopo la guerra. A quei tempi l'uso di distillare i galbuli di ginepro era piuttosto frequente e la pianta di ginepro veniva chiamata in dialetto "Giniperu" mentre il distillato veniva identificato come "Giniu". Questa tradizionale distillazione clandestina è andata avanti fino a scomparire nei primi anni Sessanta, ma quando l'azienda Silvio Carta ha ricominciato a distillare, nel 2013, i galbuli delle piante di ginepro, la scelta del nome è sembrata quanto mai naturale. Così è nato Giniu. Oggi come all'ora i galbuli, esclusivamente di cinque varietà autoctone di ginepro, vengono selezionati e raccolti a mano per andare a formare, insieme ad altre sette erbe (rigidamente segrete) tipiche della macchia mediterranea sarda, i botanici che, a seguito di una lenta distillazione discontinua in alambicchi di rame, doneranno al Giniu il suo caratteristico sapore. Sentori di erbe aromatiche, di macchia mediterranea uniti ai tradizionali aromi del Gin ne fanno scaturire un prodotto discretamente delicato e rotondo in grado di presentare degli interessanti spicchi di sapidità, uniti a sensazioni vegetali e di resina.



## GIN DEL PROFESSORE MADAME E MONSIEUR

Il concetto ispiratore di questi due prodotti è la produzione clandestina dei Bathtub Gin a opera degli speakeasy durante il Proibizionismo. È un tributo a quel fascinoso periodo con il quale si ridefinisce il concetto di artigianalità coniugato alla grande e antica tradizione erboristica del bacino mediterraneo. Il prodotto si presenta in due versioni, Madame e Monsieur. Il grado abv del primo è 42,9°, il secondo leggermente superiore a 43,7°. Pur avendo entrambi la stessa base alcolica si differenziano nel profilo aromatico grazie a un diverso botanical. Il Madame ha come base un distillato di ginepro italiano prodotto utilizzando esclusivamente ginepro selvatico dall'Umbria



e dalla Toscana. Il botanical è composto da 14 erbe e spezie che vengono infuse insieme a scorze di agrumi fresche e a un ingrediente tenuto rigorosamente segreto. Particolare attenzione viene riservata alla lunga infusione a freddo per rispettare la freschezza delle spezie. Il successivo processo è un'attenta filtrazione, molto delicata, per non disperdere nulla della carica aromatica conferita dall'infusione naturale. Il risultato è un prodotto complesso e molto diverso da qualsiasi altro Gin in circolazione dove le note di ginepro sono molto delicate ma il profilo aromatico è estremamente speziato ed emergente al medio palato, con sentori di

cannella, vaniglia, noce moscata, pepe, miele e pesche mature. All'entrata in bocca si percepisce subito una nota dolce e densa che viene subito ammortizzata e bilanciata dalle bucce di arancia e limone il cui gusto agrumato si fonde con una leggera nota balsamica sul finale che libera una piacevole freschezza lunga e persistente. Monsieur ha un profilo aromatico più speziato, cardamomo, lavanda, camomilla, arancia, con il ginepro più dominante rispetto al Madame. La nota dolce naturale è meno accentuata e più armonica. Complessivamente molto rotondo e anch'esso con un finale lungo e persistente, morbido e ottimo retrogusto.

## FRED JERBIS 43 GIN

Un aromatiere, un liquorista, un bartender, un distillatore e un erborista per le essenze. Dall'incontro e dalle esperienze di costoro è nato 43 Gin. processo produttivo basato su una filiera corta per garantire una certa unicità, con botaniche, 43 totali e molte biologiche, che si originano nella zona collinare delle Prealpi friulane. La ricetta di Gin 43 trae ispirazione da un manuale per aromatieri e liquoristi scritto da un italiano nel 1946. Cinque i metodi estrattivi: distillazione alcolica, distillazione in corrente di vapore, macerazione a freddo di pianta essiccata, macerazione a freddo di pianta fresca, macerazione a caldo (digestione). I botanici sono tutti di origine italiana e tra essi ritroviamo:

Ginepro, angelica, limone, arancia, mandarino, timo, lavanda, menta, anice, finocchio, pino mugho, melissa, iris, imperatoria, santoreggia, salvia sclarea, assenzio romano, achillea, liquirizia, zafferano, fiori d'arancio, issopo, maggiorana, calamo aromatico. Rispetto ai Gin sin qui descritti, 43 Gin ha un colore giallo paglierino dovuto all'infusione a freddo di fiori di arancio e zafferano, una densità importante. Al naso emerge prepotentemente il ginepro (il produttore dichiara una percentuale doppia rispetto a un classico gin).

Forse un po' eccessiva la nota floreale di violetta (data dall'iris) e di lavanda, una buona speziatura e una lunga sfumatura erbacea e leggermente balsamica. In bocca entra morbidamente e si presenta rotondo, molto complesso e di grande consistenza. Il corpo speziato esplose al medio palato ma continua il sottofondo leggermente floreale che attenua la nota gineprina prima che questa conceda un gran finale con un retrogusto persistentemente amaro. Gin 43 è un prodotto impegnativo data la sua complessità. ABV 43°.



## THE GREEDY GIN

Tradizione inglese e fantasia italiana per questo Gin di concezione italiana nella ricetta e inglese nella distillazione. Le botaniche dichiarate sono 13 ma in realtà sono 18. Quelle dichiarate: agrumi di provenienza italiana come mandarino, scorza di arancia, limone e bergamotto che hanno il compito di rinfrescare e addolcire il prodotto, salvia sclarea e angelica di provenienza middle-europea, cannella di Ceylon, litsea cubeba (appartiene alla stessa famiglia dell'albero della cannella, la sua fra-



granza risulta dolce, piccante, agrumata con note vegetali simile al lemongrass ma con note più fiorite), ginepro e coriandolo dei Balcani, lavanda, cardamomo, tè verde. Quelle non dichiarate ci sono state svelate ma le omettiamo per mantenere la segretezza della ricetta. La distillazione di Greedy Gin avviene in discontinuo in alambicchi di rame. L'infusione con metodo stepping dove per ogni botanico vengono utilizzati degli infusori inseriti insieme per poi avere una estrazione in tempi diversi. Le basi alcoliche sono due distillati di puro grano gestiti separatamente per l'infusione dei botanici e poi miscelati assieme dopo la distillazione. Dopo l'infusione si ridistilla 3 volte e due botanici sono aggiunti separatamente dopo la distillazione. La produzione è di 4 batch da 500 lt per volta e si ripete 4 volte all'anno. Dal momento della distillazione all'imbottigliamento passano 3 mesi. The Greedy è un Gin esuberante, frizzante e generoso, al naso si rivela floreale, agrumato e balsamico. In bocca

libera la sua forza ingentilita da una profumata nota di lavanda che vorrebbe imporsi sul corpo del prodotto, un po' impertinente. La speziatura è equilibrata e si distende piacevolmente su tutto il palato. Di notevole qualità e fattezze l'alcol di base che è molto gentile al palato. Un prodotto estremamente elegante che merita un corretto abbinamento con toniche di qualità, mai banali, con buona effervescenza e grado amaro. ABV 43°.

## BORDIGA

Questa distilleria inizia la sua storia a Torino dove il Cavalier Pietro Bordiga gestiva un piccolo bar. Esperto anche di erboristeria e di oli essenziali Pietro Bordiga decise di aprire una distilleria a Cuneo, in mezzo alle Alpi ricche di botaniche. Tutta la produzione sino all'imbottigliamento avviene nello stabilimento e la distilleria usa ancora alambicchi a legna, a bagnomaria, e l'intera produzione di distillati risente del clima delle stagioni. Bordiga ha una produzione che spazia dagli amari al classico Genepy, dagli aperitivi al Pastis e ben 4 Gin. Abbiamo provato il Bordiga Dry Gin. Il Dry è un interessante small batch che utilizza il ginepro particolarmente ricco di oli essenziali delle Alpi Marittime. La produzione di Gin Dry prevede 4 distillazioni e tra i suoi otto botanical rientrano angelica, coriandolo, arancia, timo, ginepro e tre ingredienti tenuti segreti. Il carattere di questo Gin ricorda un classico londinese, severo ed elegante, con una speziatura importante attenuata dalla freschezza dell'arancia. In bocca è imponente e si dispiega in un finale nel quale il ginepro conserva la sua nota dominante già dal primo assaggio. Il retrogusto è ben amaro e aromatico. Il distillatore riesce a far suonare veramente bene gli otto botanical tra loro. ABV 42°. Il nostro preferito in un classico G&T.



**Dario D'Avino e Fabio Bacchi**

### LE RICETTE GIN ITALIANI

#### MIA ITA di Riccardo Semeria The Fumoir Bar - Claridge's - Londra

##### INGREDIENTI

- 45ml Z44 Gin
- 15ml Aurum
- 30ml succo di bergamotto
- 20ml sciroppo di mandorle\*
- 10ml Alpestre Riserva 4 anni

Metodo: shaker. Mescere su ghiaccio e top up con Alpestre. Glass: Old Fashioned.  
Guarnizione: scorza di arancia e mandorla salata.

\*Per lo sciroppo dissolvere dello zucchero semolato con latte di mandorla (1:1)



#### HERBACEOUS di Leone Vincenzo Agorazein - Selinunte Castelvetro (TP)

##### INGREDIENTI

- 40 ml Gin 43 Fred Jerbis
- 10 ml sciroppo home-made giallo canarino e cannella\*
- 20ml succo di limone fresco
- 10ml infuso oriental spices
- 10ml Benedictine

Metodo: Shake & Strain. Glass: cocktail glass.  
Guarnizione: lemon peel & lavanda

\*sciroppo ottenuto con scorze di limone e cannella (2:1)



### NEGRONI DEL PROFESSORE Michele Garofalo Jerry Thomas Speakeasy - Roma

#### INGREDIENTI

- 35 ml Gin del Professore alla Monsieur
- 35 ml Vermouth del Professore Rosso
- 35 ml Negroni abbozzo bitter\*

Metodo: build on ice. Glass: Old Fashioned. Guarnizione: lemon twist

\*homemade bitter aromatizzato con cardamomo verde, bucce di arancia, rabarbaro e china Martini



### NEGRONI DELLA PROFESSORESSA Michele Garofalo - Jerry Thomas Speakeasy - Roma

#### INGREDIENTI

- 45 ml Gin del Professore alla Madame
- 45 ml Vermouth del Professore Classico
- 1 dash alcolato alla rosa canina
- 2 dash bitter al bergamotto

Metodo: build on ice. Glass: Old Fashioned.

Guarnizione: lemon twist

### IBISCO RAMOS di Matteo Rebuffo Les Rouges - Genova

#### INGREDIENTI

- 50 ml di Giniu Gin infuso con ibisco e cumino\*
- 25 ml succo di limone
- 15 ml sciroppo di zucchero
- 20 ml bianco d'uovo
- 20 ml panna aromatizzata alla lavanda
- Top di soda

Metodo: dry shake & wet shake. Glass: highball.

Guarnizione: ice nest di ibisco e semi di cumino.

\*(24 h con 6 spoon di ibisco essiccato e due di semi di cumino)



### SPICY EXPRESS di Luca Rapetti - The Library Bar at The Lanesborough Hotel - London

#### INGREDIENTI

- 45 ml Dol Gin
- 10 ml succo di bergamotto
- 15 ml succo di limone
- 20 ml Galliano Autentico
- 3 Chicchi di caffè
- 15ml sciroppo zucchero

Metodo: shaker & double strain. Pestare i 3 chicchi di caffè nello shaker sino a ridurli in pezzi piccoli, aggiungere tutti gli altri ingredienti e shakerare vigorosamente. Glass: coppetta. Guarnizione: lime peel e fiore edibile.



### FRENCH AVIATION di Jonatan Ferri Les Rouges - Genova

#### INGREDIENTI

- 4cl Vallombrosa Gin Dry
- 1.5cl succo di limone
- 2cl Rosolio Bosoni
- 2cl ananas
- 5 gocce China Fernet
- colmare con Champagne

Metodo: shaker. Glass: sour glass.

Guarnizione: filtrare in bicchiere da sour, colmare con Champagne. Guarnizione: rosellina e scorza di limone.



### FAKE JAPANESE di Nicola Ruggiero Katuscia Cocktail Bar- Bari

#### INGREDIENTI

- 1.1/2 oz Bordiga London Dry
- 3/4 oz Sake Kikka Nama Genshu
- 1/2 oz Liquore Quaglia Pino Mugo
- 1/4 oz. albume
- 3/4 oz succo di lime
- 1/2 oz zucchero liquido
- 2 dash pomelo bitter hm

Metodo: shaker & double strain su ghiaccio. Glass: Old Fashion . Guarnizione: lime zest e aghi di pino



### THE ITALIAN WORD di Mirko Turconi MAG - Milano

#### INGREDIENTI

- 25 ml Gilbach Gin
- 30 ml Liquore Quaglia Camomilla
- 15 ml Palent Achillea
- 22,5 ml succo di limone

Metodo: shaker. Glass: coppetta.

Guarnizione: limone disidratato



### IL FRESCONE di Mirko Turconi MAG - Milano

#### INGREDIENTI

- 60 ml The Greedy's Gin
- 3/4 foglie di basilico fresco
- 10 ml zucchero semolato
- 22,5 ml succo di limone
- top di Cedrata Tassoni.

Metodo: shake & double strain. Porre basilico, zucchero e limone nel tin, sciogliere lo zucchero, mescolare il Gin e agitare. Glass: Collins con ghiaccio. Colmare con Cedrata Tassoni. Guarnizione: foglie di basilico fresco

The  
**Hedonist's**  
choice



**GHILARDISELEZIONI**

[www.ghilardiselezioni.com](http://www.ghilardiselezioni.com)  
[facebook.com/ghilardiselezioni](https://facebook.com/ghilardiselezioni)  
[info@ghilardiselezioni.com](mailto:info@ghilardiselezioni.com)



# BENVENUTI AL DANIEL

L'aristocratico sofisticatissimo  
flagship dello chef Boulud

DI GIULIA ARSELLI



**A**ll'interno dell'edificio che fu un tempo il mitico Hotel Mayfair, il Daniel è considerato da molti il ristorante più importante di New York. Reali, presidenti, ambasciatori e tutta l'aristocrazia elitaria newyorkese, quel tipo di gente che in abito da sera o in giacca e cravatta siede a contemplare una delle più alte espressioni al mondo della cucina francese. Situato all'incrocio tra Park Avenue e la 65esima strada, Daniel è il "flagship restaurant" dello Chef Daniel Boulud.

Il Daniel è un'opera d'arte che incanta. Ambiente raffinato, sofisticato, servizio impeccabile e menù deliziosi nel cuore dell'Upper East Side. La cucina di stile francese contemporaneo si ispira alle stagioni e si fonde con vini di classe mondiale in un elegante ambiente che è



un inno all'architettura neoclassica con arredi contemporanei. È uno dei pochi ristoranti di Manhattan a fregiarsi di due stelle Michelin e dispone di diversi spazi tra cui la Sala Bellecour, per esclusive cene private, e un Bar & Lounge caldo e accogliente, dove gli ospiti godono di cocktail creativi e di gran classe e sontuosi dessert sino a tarda notte.



*È considerato il ristorante  
più importante di New York.  
Frequentato da reali,  
presidenti, ambasciatori  
e da tutta l'aristocrazia elitaria,  
è uno dei pochi a fregiarsi  
di due stelle Michelin*



The Bar & Lounge si rivela subito dopo varcata l'iconica porta girevole in ottone del Daniel. L'Upper Lounge è un luogo intimo e rilassante, rivestito con pannelli di legno e adornato da comodi divani rischiarati da luci soffuse. La Lower Lounge è qualche metro più in basso, con una atmosfera riscaldata da note jazz in sottofondo.

Seduti all'elegante banco bar in marmo brasiliano blu si consumano delle cocktail experience orchestrate da bartender abbigliati con la classica giacca chiara e cravatta nera. Le ricette dei drink si allineano alla filosofia della cucina: stagionali, di ispirazione internazionale e con ingredienti ricercati provenienti da tutto il mondo, con un gusto che intercetta una clientela attenta ed esigente, ma anche ricette classicheggianti e radicalmente connesse alla tradizione. Cruel de Vil è ispirato al Madagascar e combina un Mezcal infuso con vaniglia e un liquore di menta per un drink con un finale lungo, fresco e leggermente affumicato; il King Louis ha una bivalenza franco portoghese miscelando Cognac Louis Royer con Madeira Rainwater; Golden Girl esalta il sensuale



profilo di Avua Prata Cachaca, il White Cosmo è un twist sul Cosmopolitan con una nota di liquore di fiori di sambuco e cranberry bianco. Tutto preparato al momento e con una sconfinata lista di spirit a disposizione per soddisfare ogni richiesta.

Il primo barman è un italiano: Fabio Raffaelli, 35 anni, di Cassolnovo, Pavia. Le storie di questi ragazzi sembrano tutte uguali, con dei valori costanti: spirito di sacrificio, ambizione, una determinazione illimitata nel volere intensamente. Ma sono storie che ci piace ascoltare sempre, condite da quel pizzico di personale che le rende diverse e sempre nuove. Come è iniziata l'avventura? «Ricordo tutto come fosse ieri, invece sono già passati più di 10 anni. Ricordo il profumo dei fiori nell'elegante hall così come la raffinata gentilezza della receptionist che mi chiedeva di attendere un momento. Attesi. Alcuni minuti dopo, fui

accolto dal sorriso tenue di un uomo che mi accompagnò verso il bar. Era la primavera del 2004, e io, quasi ventiquattrenne, mi trovavo, vestito con un abito tutto nuovo e con una camicia bianca stirata da mia madre, all'Hotel Principe di Savoia di Milano. Stavo per avere un colloquio di lavoro con la persona che avrebbe indirettamente cambiato da quel giorno il corso della mia carriera e della mia vita: Fabio Bacchi. Non mi chiese niente di ciò sul quale mi ero preparato, mi osservava e mi lasciava parlare, ma mi ascoltava. Guardandomi negli occhi mi consigliò di partire, e di non puntare in quel momento a diventare barman al Principe di Savoia perché non era il momento giusto per me e per il mio futuro, dovevo prima solidificare il mio inglese e fare un'esperienza internazionale. Feci tesoro di quelle parole, uscii dal Principe di Savoia e chiamai mio padre. Gli dissi: "Parto!", però questa è un'altra storia».



La prima meta fu Londra. «Arrivai con lo zaino in spalla e la presunzione di essere migliore di chiunque altro. Londra mi accolse con durezza, mi mise in un angolo e mi fece presto capire di non essere migliore di nessuno, anzi». Il primo “lavoraccio” fu in un ristorante italiano in Fitzrovia. «Facevo caffè e riempivo bicchieri di vino, attorno a me non c’era traccia di shakers o utensili da bar».

Le prime dure esperienze di Fabio lo inducevano a pensare di tornare a casa. Non gli piaceva niente, il tempo, la gente, il cibo, «ma ogni giorno mi innamoravo sempre di più della rivoluzione in atto legata al mondo del bar». Erano gli anni di Douglas Ankrah al LAB, di Peter Dorelli al Savoy, di Salvatore Calabrese al Library Bar, gli anni del Blue Bar, del Purple Bar e del Montgomery Place. «Un giorno mi misi in giacca e cravatta e tentai il tutto per tutto, volevo farcela. Andai al Savoy, al Ritz, al Claridge’s, al Berkley

e poi alle 6 di quella sera mi presentai al Library Bar e chiesi di parlare con Salvatore Calabrese. Salvatore si presentò con un bellissimo smoking nero, la sua eleganza mi intimorì e decisi che tipo di barman avrei voluto essere!».

Dopo poche settimane Fabio trovò posto al bar del ristorante di Gordon Ramsay, al Claridge’s Hotel. «Fu una discesa all’inferno. La disciplina era all’estremo, ogni giorno ricevevo urla da tutto il personale di cucina e di sala, non c’era volta che non commettessi un errore». Fabio oggi sorride del suo passato. «Un giorno mi presentai a un tavolo con due bottiglie di Champagne in una mano, pronto per servire i clienti. Il Maitre Dominique, un parigino sulla cinquantina, mi sorrise e mi chiese di seguirlo nel “back”. Una volta arrivati il suo sorriso svanì e iniziò ad urlare in tutte le lingue che conosceva. Non presi mai più nella mia vita due bottiglie di champagne nel-

la stessa mano. Oggi, a più di 10 anni da quei giorni, vorrei avere l'opportunità di ringraziare tutti quanti, se oggi sono qua, lo devo anche a loro. Londra è stata una bellissima scuola, fatta di rispetto, umiltà, precisione e disciplina».

Dopo un paio di anni tra Claridge's e Savoy, Fabio Raffaelli lasciò Londra e partì per la Spagna. Vi rimase per 3 anni lavorando come barman in ristoranti iconici come El Bulli alle porte di Girona o il Tristan di Palma de Mallorca. Si conquistò il nickname di "Barman delle Stelle Michelin".

Nel 2009 capì che il tempo in Spagna era terminato. Arrivò in America in vacanza e, come un qualsiasi turista un giorno si sedette a uno dei tavoli del ristorante *Del Posto* di Joe Bastianich. Bastarono due chiacchiere tra colleghi con il responsabile del rango, Andrea Sbrizzo, per essere presentato al GM che lo invitò ad avere una job interview il giorno dopo. Certe cose non succedono mai per caso e Fabio rimase per due anni a *Del Posto*. La permanenza fu un successo, in breve arrivarono le recensioni sul New York Times e sul Wall Street Journal.

Nel 2011 fu la chiamata di Francesco Lafranconi a offrire a Fabio l'opportunità al bar del Daniel. Vivere a New York ed essere il primo barman di uno dei ristoranti più importanti d'America non è quello che tutti s'immaginano. Poco spazio per il divertimento e per la propria vita personale, un mondo fatto di orari di lavoro pressanti, di competizione a livelli estremi e di costante sacrificio, ma con un forte appagamento. «I padri del bartending italiano hanno fatto scuola nel mondo, sono sempre stati i migliori. Se io sono qui non lo devo alla scuola francese, a quella spagnola o a quella americana, lo devo solo alla massima espressione della scuola italiana dalla quale ho imparato tutto, da Umberto Caselli a Salvatore Calabrese, da Peter Dorelli a Fabio Bacchi, da Dario Comini a Domenico Costa, da Giulio Morandin ad Alessandro Palazzi. Sono questi gli esempi che suggerirei ai giovani».

E se si dovesse chiedere a Fabio Raffaelli cosa è il bartending? «Fare bartending è l'arte di dipingere per ogni persona un quadro diverso»...

**Giulia Arselli**

## LE RICETTE

### THE GOLDEN GIRL

#### INGREDIENTI

- 1 oz. Avua Prata Cachaca
- 1 oz. home made coconut cordial
- 1/2 oz. succo fresco di lime
- 1/2 oz. egg white
- 1 1/2 oz. Champagne Brut

Metodo: Dry Shake/Ice Shake/Top Champagne.

Glass: Coupe. Guarnizione: golden tulle sullo steam

### DHARMA BUM

#### INGREDIENTI

- 1 1/2 oz. Amaro Montenegro
- 1/2 oz. Suze
- 1/2 oz. succo fresco di limone
- 1/2 oz. simple syrup
- 1/2 oz. egg white
- 2 dash celery bitter

Metodo: Dry Shake/Ice Shake. Glass: double rocks glass with con 2 inches square Ice/ Guarnizione: dry celery powder on top



# GILPIN'S<sup>®</sup>

— *Westmorland* —

**EXTRA DRY GIN<sup>®</sup>**



LONDON-DISTILLED GILPIN'S GIN OFFERS SMOOTH AND DELICATE FLAVOURS FROM JUST EIGHT FINE BOTANICALS CREATING THE PERFECT TASTE BALANCE.

THIS LONDON DRY GIN NOT ONLY TASTES AND LOOKS GREAT, BUT IS BECOMING THE STAND OUT INGREDIENT FOR THE PERFECT G&T OR MARTINI AS SERVED BY SOME OF THE WORLD'S COOLEST BARS.

---

**THE SPIRIT OF ENGLAND<sup>®</sup>**

INFO@GILPINSGIN.COM | GILPINSGIN.COM

---

**PELLEGRINI S.p.A.**

VINI E DISTILLATI DE QUALITÀ

DISTRIBUTED BY PELLEGRINI S.P.A. DRINK RESPONSIBLY.



# IL BAR DENTRO BERLINO

La capitale tedesca e il bar show più prestigioso d'Europa

DI JONATAN FERRI

**I**l Bar Convent Berlin, giunto alla nona edizione, si afferma come la principale fiera del settore in Europa. Con 11.280 presenze in due giorni (+20% rispetto al 2014), è un'occasione unica sia per i bartender che per gli operatori interessati all'aspetto business e meeting.

Helmut Adam, fondatore, rivela a Bar-

Tales: «Per arrivare a questo successo è stato fondamentale trovare esperti di events planning e logistica. Noi infatti eravamo un piccolo gruppo di barman, quindi l'assioma alla base del nostro operare è di mantenersi fedeli alla propria identità, al proprio nome. Bar, perché dedicata al mondo del bartending attento al prodotto. Riceviamo continue



proposte, estremamente allettanti, da parte di molti brand che crediamo non rientrino nel nostro target, ad esempio energy drink, e abbiamo sempre preferito rinunciare. Convent, perchè il BCB ha sempre avuto come elemento fondante le persone prima dei numeri, le varie bartending community nazionali che contattiamo per trovare sempre nuove tipologie di seminari e contenuti (65 seminari nei due giorni quest'anno). Questi sono scelti da noi e indipendenti da sponsor aziendali».

Al BCB si riunisce il mondo del bartending. Da 16 exhibitors e 1.000 partecipanti nel 2007, all'edizione del 2015 sono stati ospitati 268 espositori (+30% rispetto al 2014) e 11.280 visitatori da 35 paesi, in primis italiani e polacchi nel 2014, inglesi e scandinavi quest'anno. La lingua ufficiale del BCB è l'inglese e

non il tedesco, giacché l'inglese è storicamente la lingua ufficiale della mixology. Tra i partecipanti meno della metà sono tedeschi. Un'impressione confermata dai commenti raccolti da BarTales tra gli exhibitor italiani, molti dei quali presenti per la prima volta. «Al BCB si viene per affacciarsi non solo sul mercato tedesco, ma sul mondo intero», commentano quasi all'unisono Roberto Bava di Cocchi e Cristina Nardini. «Noi di Cocchi siamo qui per il quarto anno perché al BCB si incontra il mondo del bartending incentrato sulla qualità. Si ha quindi la certezza che, con questa

*Al BCB  
si riunisce  
il mondo  
del bartending,  
concentrato  
sull'eccellenza  
e la qualità*



audience, anche un prodotto di grande tradizione non verrà snaturato in miscelazione».

Un'altra novità sono i padiglioni dedicati a singoli paesi, quest'anno in primis Perù e Brasile, così da dare visibilità a brand molto piccoli, consorziati tra loro

per la promozione dei rispettivi distillati nazionali. Gli stand italiani, pur non avendo un padiglione ufficiale, sono riuniti in una zona specifica, spesso teatro di incontri tra colleghi italiani ormai sparsi per il mondo. Tra essi è palpabile l'entusiasmo per la risposta avuta dai partecipanti. Importante la presenza di Strega Alberti, al BCB per la prima volta.

Precisa Cristina Nardini: «La Nardini, come molti altri produttori di eccellenze italiane, puntano alla miscelazione da tempo, e BCB è una piattaforma ideale non solo per comunicare al mondo del bartending, ma anche per ricevere feedback sul prodotto e su come viene utilizzato nei vari paesi».

Notevoli gli stand di alcuni brand italiani, soprattutto Illva Saronno, Campari, Branca e Lucano, quest'ultimo con ospiti di prim'ordine quali Simone Caporale e Agostino Perrone. Le dimensioni dello



stand però non sono un fattore cruciale, poiché «l'interesse per i prodotti della tradizione italiana usati in miscelazione è così forte che anche con un piccolo stand si attirano un elevato numero di barman curiosi e competenti» continua Nardini.

Un osservatore privilegiato, Mauro Mahjoub del Negroni Bar di Monaco è «felicissimo della forte partecipazione di italiani, segno che quando uniamo la nostra cultura gastronomica e leadership nell'hospitality a una curiosità per le nuove tendenze, siamo oggettivamente inarrivabili ai vertici del mondo del bartending».

Ma come attirare i migliori operatori del mondo, anno dopo anno sempre più numerosi? «Investendo molto tempo nella ricerca di contenuti, quali seminari innovativi e prodotti di alto livello ai quali dare spazio, ci assicuriamo che il BCB



valga sempre la spesa per i barman che partecipano», spiega Helmut Adam.

Un altro fattore importante è, come in ogni cocktail, l'equilibrio. Equilibrio tra le major e i piccoli brand con budget inferiori, ma che apportano una fondamentale varietà di prodotti interessan-



ti e nuovi. «Per loro abbiamo in origine studiato delle agevolazioni, secondo le quali essi contribuivano con lo stock e tutto il resto, dall'insegna allo stand, era a carico di BCB. Certo, la partecipazione ora è un investimento importante per un produttore, ma il BCB garantisce sempre il risultato. Siamo affermati dal punto di vista spirits e mixology, ora ci stiamo allargando a caffè e birra, con due nuove zone apposite lanciate quest'anno», sottolinea Helmut.

Ma non è da trascurare il terzo elemento del BCB, la città ospitante, Berlino. Una misura importante del successo di un bar show è l'influenza che questo ha sulla community nazionale. In occasione del BCB Berlino è gremita di eventi "fuorisalone" e bartender da ogni angolo della Germania. Essi si incontrano con la community globale e portano a casa nuo-

ve idee. Il BCB ha contribuito a mettere la Germania sulla mappa mondiale della cocktail culture, mentre solo pochi anni fa era esclusivamente il paese della birra. A giudicare dalla lista di bar di recente apertura da visitare nella sola Berlino, l'influenza del BCB è ragguardevole.

Per una fiera fondata da tre barman e rapidamente diventata la numero uno in Europa, quale futuro? «La partnership Reed Exhibitions, leader mondiale nell'Events Planning con 500 fiere in 41 paesi, ci permette di guardare fuori dall'Europa, sviluppando eventi simili in altri paesi, internazionalizzando e consolidare sempre più BCB come la principale fiera al mondo», rivela a BarTales Petra Lassahn di Reed Exhibition. A giudicare dal successo del 2015, siamo già a buon punto.

**Jonatan Ferri**

# 1821

CHERRY

## *L'inimitabile.*

*Lasciati conquistare da un liquore  
unico e dalla tradizione antica,  
ottenuto dalle ciliegie marasche  
coltivate nelle piantagioni Luxardo.  
Intenso e vellutato da assaporare  
liscio, eccezionale nei cocktail più  
famosi, semplicemente straordinario  
abbinato con il cioccolato fondente.  
Sangue Morlacco: gusta l'inimitabile.*



**LUXARDO**

Luxardo promuove il bere responsabile



# FARE GHIACCIO

## Sferico o rettangolare sempre cristallino

DI GIOVANNI CECCARELLI

**N**el numero precedente abbiamo capito che non è possibile raffreddare senza diluire: il ghiaccio raffredda proprio perché si scioglie. In questo numero cercheremo di capire come il ghiaccio viene prodotto dai fabbricatori professionali, come produrre ghiaccio cristallino nel congelatore e se la forma del ghiaccio influisce sulla diluizione e sul raffreddamento.

I fabbricatori presenti nei bar, indipendentemente dalla loro dimensione e capacità produttiva, producono ghiaccio grazie ad un *ciclo frigorifero*. Il ciclo frigorifero è un ciclo termodinamico che è in grado di spostare calore da una zona a

temperatura più bassa ad una a temperatura più alta, contrariamente a quanto accade in maniera spontanea in natura. Questo processo è reso possibile grazie a tre componenti: un compressore, un condensatore e un evaporatore. Il compressore e il condensatore fanno passare il fluido refrigerante dallo stato gassoso allo stato liquido. Successivamente il fluido viene spinto attraverso una valvola di espansione dentro l'evaporatore, dove viene fatto di nuovo evaporare. Questo passaggio di stato assorbe calore, quindi raffredda e rende possibile la formazione del ghiaccio. L'acqua viene introdotta tramite degli spruzzatori

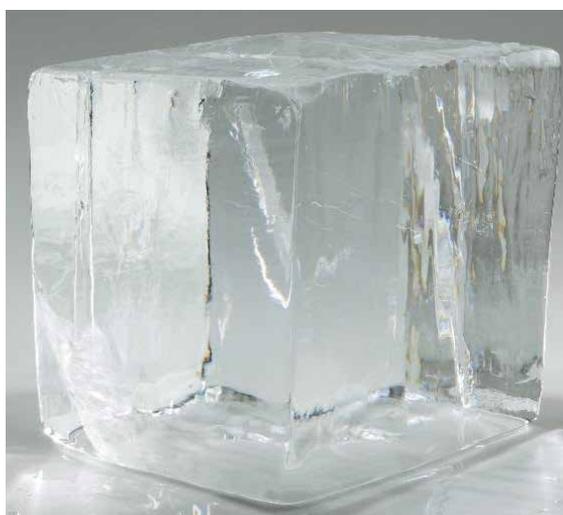


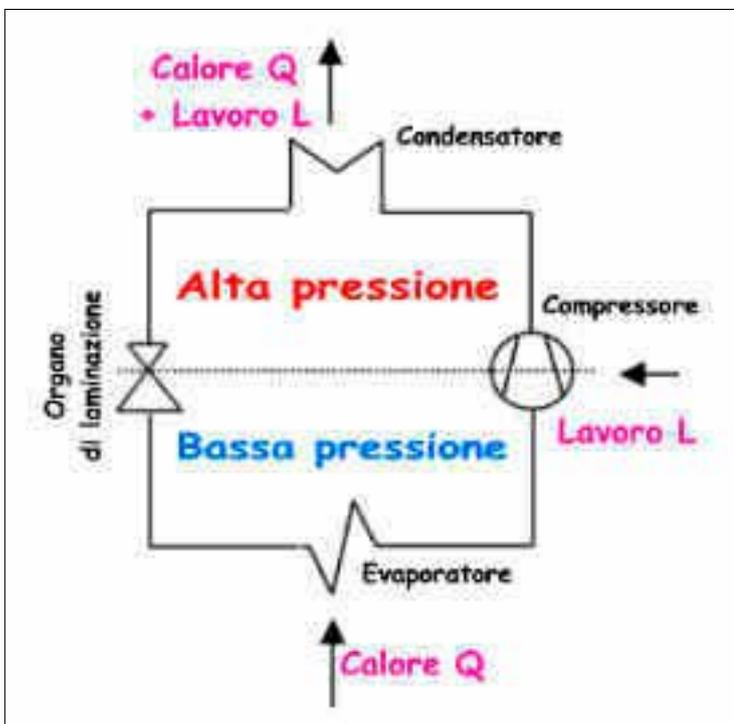
**STRUMENTI**  
A SINISTRA UN TIPO DI FABBRICATORE BREMA. AL CENTRO CUBETTI DI GHIACCIO HOSHIZAKI. IN BASSO UN CUBETTO DI GHIACCIO CRISTALLINO.

di modo che il cubetto si formi gradualmente, strato dopo strato, per fare in modo che sia cristallino e non bianco.

Un tipo di fabbricatore particolare è quello prodotto dall'azienda giapponese Hoshizaki. Il principio di funzionamento è del tutto simile tranne per il fatto che la formazione del cubetto viene forzata all'interno di una gabbia di acciaio che impedisce l'espansione del ghiaccio e genera un cubetto molto più duro e dalle caratteristiche crepe interne. Se non si dispone di una macchina del ghiaccio, oppure se si vuole realizzare un blocco di ghiaccio da cui ricavare successivamente sfere o pezzi di diverse forme e dimensioni, è necessario ricorrere ad un congelatore. Tuttavia, senza alcuni semplici accorgimenti, è difficile ottenere del ghiaccio perfettamente cristallino. Il risultato sarebbe inutilizzabile in un contesto produttivo: il ghiaccio così prodotto sarebbe opaco, quindi esteticamente inaccettabile, e più difficile da lavorare perché si andrebbe a rompere in maniera irregolare.

Questo problema si risolve forzando il congelamento dell'acqua all'interno di un contenitore con pareti isolanti come, ad esempio, un frigorifero da campeggio oppure una vaschetta in polistirolo da gelato lasciando una parete libera (non chiudere il coperchio). L'acqua inizia a congelare gradualmente, strato dopo





### CICLO FRIGORIFERO

NELL'IMMAGINE VIENE RAPPRESENTATO UN CICLO FRIGORIFERO. LEGGIAMO LO SCHEMA A PARTIRE DAL COMPRESSORE IN SENSO ANTIORARIO CHE È LA DIREZIONE CHE SEGUE IL LIQUIDO REFRIGERANTE. IL COMPRESSORE, ATTRAVERSO IL CONSUMO DI ENERGIA ELETTRICA, FA FUNZIONARE IL SISTEMA. IL FLUIDO CHE HA ACQUISITO UN CERTO CALORE NELL'EVAPORATORE (COME VEDREMO DOPO) ARRIVA AL CONDENSATORE, SI RAFFREDDA, DISSIPANDO CALORE VERSO L'ESTERNO (FRECCIA ROSA CALORE Q CHE ESCE DAL CONDENSATORE) INFATTI I FRIGORIFERI E LE MACCHINE DEL GHIACCIO SCALDANO L'AMBIENTE IN CUI SONO CONSERVATE. SUCCESSIVAMENTE PASSA ATTRAVERSO UNA VALVOLA DI LAMINAZIONE CHE NE RIDUCE DRASTICAMENTE LA PRESSIONE PERMETTENDO LA SUA EVAPORAZIONE ALL'INTERNO DELL'EVAPORATORE. QUESTO PASSAGGIO DI STATO sottrae calore (SCRITTA IN ROSA CALORE Q CHE ENTRA NELL'EVAPORATORE) ALL'AMBIENTE CHE VOGLIAMO RAFFREDDARE (ZONA DOVE SI FORMA IL GHIACCIO, INTERNO DEL FRIGORIFERO). IL CICLO POI RICOMINCIA GRAZIE AL COMPRESSORE CHE AUMENTA LA PRESSIONE DEL FLUIDO CHE TORNERÀ NEL CONDENSATORE DOVE SI RAFFREDDERÀ DI NUOVO CEDENDO CALORE ALL'ESTERNO.



strato, dalla parete del contenitore che rimarrà aperta. Così facendo tutte le impurità disciolte vengono spinte nella parte inferiore del blocco e possono essere rimosse facilmente. Al contrario, se si prova a far congelare l'acqua dentro ad un contenitore qualsiasi, il congelamento non seguirà una direzione unica: in questo modo le impurità vengono bloccate in maniera disordinata all'interno del blocco congelato, rendendo più difficile sfruttare le parti cristalline.

Un altro aspetto importante su cui è necessario fare un po' di chiarezza è la relazione che intercorre tra forma e di-

mensione del ghiaccio, e la diluizione e il raffreddamento che ne conseguono. Un pezzo di ghiaccio o una sfera vengono utilizzati dai bartender per motivi sia estetici che tecnici: è facile osservare, infatti, che si sciolgono molto più lentamente. Questo accade perché, a parità di volume, una sfera o un pezzo di ghiaccio hanno una superficie di contatto (con il liquido) minore rispetto a tanti cubetti dello stesso volume (o peso) totale. Tuttavia una diluizione minore comporta anche un raffreddamento minore: il drink sarà leggermente più caldo.

Nel caso di drink shakerati questo non è un problema perché il liquido viene raffreddato nello shaker dove utilizziamo dei normali cubetti, mentre nel caso di drink come l'Old Fashioned o il Negroni, si consiglia di prepararli in un mixin' glass e utilizzare la sfera o il pezzo di ghiaccio solo per il servizio: in questo modo abbiamo raffreddamento e diluizione ideale, lo scioglimento della sfera praticamente nullo (la differenza di temperatura liquido-ghiaccio è molto ridotta) e un aspetto estetico diverso dal solito.

**Giovanni Ceccarelli**

# Dal 1779 non solo grappa. Aperitivi e Amari Nardini.



## B.º NARDINI DISTILLERIA A VAPORE

— dal 1779 —

# A TUTTO DRINK

L'Amaro è il prossimo trend. Ce lo conferma la settimana del cocktail londinese

DI KATERIN ALEJANDRA D'ALFONSO

**L**ondra è l'ombelico della Bar Industry mondiale, dove si trovano alcuni tra i più premiati bar e bartender del mondo. Se immaginassimo Londra come il "bar per eccellenza", la sua bottigliera sarebbe sicuramente la London Cocktail Week.

Giunta alla sua 6° edizione, anno dopo anno la London Cocktail Week coinvolge sempre più addetti ai lavori, ma anche coloro che hanno rapporti meno diretti con il bartending. Incuriositi da un clima euforico e "spiritoso", molti semplici appassionati ne approfittano per muovere i primi passi e avvicinarsi a questo mondo. La LCW si affronta fisicamente.

Per godere appieno di questa settimana del cocktail bisogna essere disposti a frequentare qualcuno dei 275 cocktail bar sparsi per tutta la città e coinvolti nell'evento. Nuovi drink vengono creati apposta per questo evento, al vantaggioso prezzo di soli 5£, previa registrazione sul sito internet. Una volta registrati, ci si può dirigere in uno dei due quartier generale della LCW, nello specifico a Old Spi-



tafields Market e al World Class London Cocktail Week Hub, per ritirare il braccialetto e la guida con indirizzi, descrizioni e cocktail proposti da tutti i locali aderenti. L'idea di avere due punti di riferimento in città dove chiedere informazioni e ricevere una sorta di benvenuto a questo evento che sta acquisendo sempre più importanza è vincente.



**LONDON  
COCKTAIL  
WEEK**  
**5-11 OCTOBER** → 2015  
**LONDONCOCKTAILWEEK.COM**

attività commerciali, ristoranti, bar, uffici. L'area dedicata alla LCW copre una parte molto ampia, chiamata "Villaggio del Cocktail", nella quale si collocano 32 stand, tutti studiati nei minimi particolari, che permettono di provare e gustare nuove proposte alcoliche, analcoliche e magari gustare anche qualche tapas.

Il lancio in anteprima di un nuovo concept di sparkling cocktail, realizzati grazie a una partnership tra lo Staff di Dandelyan e White Lyan, guidato dal premiato Ryan Chetiyawardana, e Soda Stream, sicuramente ha catturato l'attenzione di molti visitatori. I cocktail firmati Bulleit Rye shakerati e serviti all'interno di uno shaker di vetro hanno movimentato la serata, l'Appleton Rum Bus con a bordo un vero e proprio bar, lounge area al posto dei sedili e tavolini posti in una sorta di giardino ha ricreato per un attimo quell'atmosfera gioiosa dei Caraibi.

Anche la presenza italiana non si è fatta mancare: si può decidere se sorvegliare un espresso o un aperitivo in vero stile italiano presso lo stand di Bar



A meno di 5 minuti a piedi dalla stazione di Liverpool Street, una delle più importanti della città e collegata direttamente via treno con l'aeroporto di Stansted, si giunge a Old Spitalfields Market: aperto nel 1875, in passato sede di uno dei mercati ortofrutticoli più forniti della città, oggi rappresenta una delle aree di tendenza attorno alla quale si sviluppano



Termini, il nuovo locale sito in Soho nato da una brillante intuizione di Tony Conigliaro. Con l'idea di promuovere e far conoscere la semplicità, la bontà e anche l'importanza storica dei prodotti italiani, è stata anche realizzata una importante masterclass sul ruolo dell'Amaro, in collaborazione con Giuseppe Gallo, ex Global Ambassador Martini e ora creatore di

un'azienda di consulenza e preparazione professionale per bartender, e un ospite d'eccezione: Peter Dorelli, storico Head Bartender del Savoy di Londra. A fare da padrona di casa Roberta Mariani, giovane bar lady italiana, oggi alla guida di Bar Termini.

*È Londra  
l'ombelico della  
Bar Industry,  
cuore dei più  
premiati bar  
e bartender  
del mondo*

Analizzando l'evoluzione dei liquori amari, soffermandosi anche sull'importanza del Vermouth nella miscelazione degli ultimi 200 anni, sono stati preparati alcuni cocktail che davano una chiara idea di come la componente amaricante,



tipica degli amari di casa nostra, sia stata e tutt'ora sia fondamentale per dare quel tocco originale e creare un armonioso insieme di sapori. Prodotti come Amaro Lucano, Aperol, Strega, Nardini, Averna, Luxardo Sangue Morlacco, Sambuca Molinari hanno fatto da palcoscenico a questa presentazione che ha visto un folto pubblico interessato a provare questa categoria di prodotti a noi familiari, ma per altri terra da scoprire.

Non possiamo anche non citare la presenza di Peroni, storico marchio italiano creato nel 1846 a Vigevano da Giovanni Peroni: sebbene la tradizione inglese per la birra sia molto più radicata della nostra, è sorprendente scoprire quanto questa birra sia diffusa in molti pub e locali della città. Sfruttando così questa notorietà, lo stand Peroni, The House of Peroni, propone, oltre alla classica bir-



ra, anche due rivisitazioni dei più celebri aperitivi nostrani: The Peroni Negroni e The Peroni Spritz, entrambi piacevoli e intriganti, che dimostrano come anche un semplice elemento come la birra possa essere usato in miscelazione soprattutto nel comparto pre-dinner.

Una volta avuto un primo “sorso” della LCW, ci si può spostare verso la seconda base di questo evento, ossia World Class London Cocktail Week Hub, posta nel cuore della città, nel quartiere di Soho, ma a pochi passi dalle zone più movimentate e ricche di ristoranti e cocktail bar di ogni tipo, quali Mayfair, Covent Garden, Piccadilly. Appena arrivati al n° 51 di Poland Street viene da pensare di essere nel posto sbagliato visto che ci si trova in un negozio di dischi; tuttavia, in fondo alla sala, si scorge l'inconfondibile logo della LCW e tutto ciò ricorda un po' un

bar nascosto nel retrobottega. Scese due rampe di scale, si arriva in un grande open space sotterraneo, che ricorda molto un grande salotto, dove un'atmosfera tranquilla avvolge le decine di persone che giungono per assaporare le proposte di casa Diageo. Con l'intento di guidare il visitatore attraverso un percorso di esperienze sensoriali, questo salotto del cocktail è composto da piccole aree, 5 per la precisione:

- The World Class Bar, dove si possono degustare drink create da alcuni dei bartender della WC
- The World Class Bartender Studio, un'opportunità per mostrare le proprie capacità usando i migliori “ferri del mestiere”
- Tanqueray Art Deco Bar
- Haig Club Dining Room
- Ketel One Vodka Kitchen, un simpatico e coinvolgente training su come aromatizzare il proprio Vodka & Soda anche a casa, usando semplici ingredienti.

La LCW può essere vissuta solo visitando questi due luoghi, ma soprattutto girando per la città e respirare quest'aria internazionale.



#### BEST BAR

ANDREA  
BRULATTI  
AFFIANCA  
CHRIS MOORE  
ALLA GUIDA  
DEL BEAUFORT  
BAR DEL SAVOY  
HOTEL.

Una tappa sicuramente da non mancare è il Beaufort Bar del Savoy Hotel, eletto Best International Hotel Bar a Tales Of The Cocktail 2015, guidato dall'inglese Chris Moore e affiancato da un giovane italiano, Andrea Brulatti, che dimostra subito la sua accoglienza e la sua disponibilità nel mostrare l'ormai celebre pop-up menù. Sebbene sia molto indaffarato a preparare tutte le comande che gli giungono in pochi minuti, non manca mai di regalare un sorriso: fiero della sua italianità e conscio delle potenzialità che la nostra tradizione liquoristica detiene, spiega che il prossimo trend, almeno riguardo Londra, sarà proprio focalizzato sugli amari, soprattutto quelli in stile italiano, poiché più noti e presenti sul mercato.

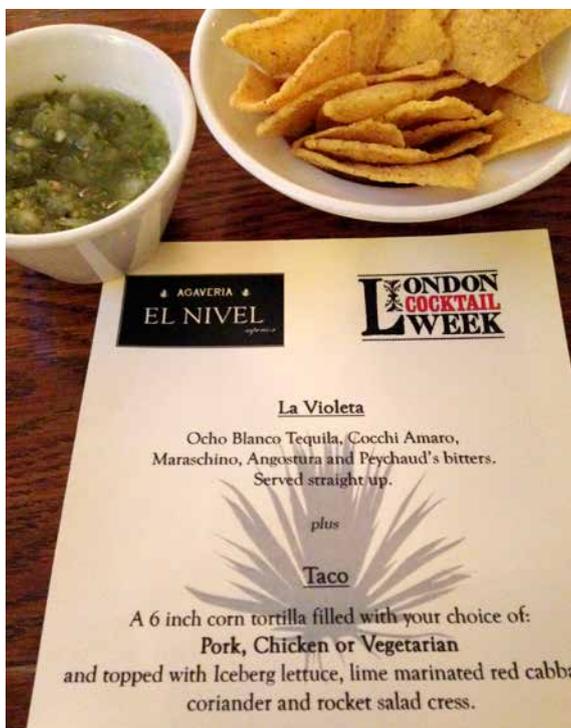
Il Vermouth mantiene una posizione sicura nelle bottigliere dei bar di tutto il

mondo. All'American Bar del Savoy il padrone di casa, Erik Lorincz, ci ha mostrato una bottiglia di Vermouth dry targato Giulio Cocchi che, come recita l'etichetta, è stato "esclusivamente elaborato con e per il Savoy di Londra".

Giovedì 8 ottobre è stata anche una data importante, la notte degli oscar dei bar di tutto il mondo, la cerimonia dei World's Best 50 Bars. Anche quest'anno, seppur in misura contenuta rispetto ad altre realtà nel mondo, il nostro Paese ha dimostrato di essere presente e di avere qualcosa da dire. Il Nottingham Forest di Milano anche quest'anno ha portato a casa un più che decoroso 49° posto, mentre i ragazzi del Jerry Thomas Speakeasy di Roma hanno festeggiato il loro 21°, salendo in classifica di ben 7 posizioni rispetto all'anno precedente. Il giorno successivo avrebbero condotto



**ENTUSIASMO**  
 UNO DEI  
 MOMENTI  
 FINALI DELLA  
 LONDON  
 COCKTAIL  
 WEEK.



una guest bartending a El Nivel, ristorante e bar in puro stile messicano, sito al primo piano sopra La Perla, altro bar &

grill messicano aperto da Tomas Estes.

Sebbene l'attenzione dei presenti sia soprattutto rivolta ai ragazzi romani, che per l'occasione avevano creato una drink list che prevedeva un testa a testa tra cocktail a basi Tequila/Mezcal/Gin, non si può non menzionare Massimiliano Favaretto, bartender dalla grande cordialità e ospitalità, parte della famiglia El Nivel, che da pochi mesi ha anche deciso parallelamente di intraprendere il suo business, producendo grappa da uve Ruchè, tipiche del Monferrato. Anche questo fa capire come, sebbene la parola "crisi" sia ormai diventata uno degli spettri della società degli ultimi anni, la scena della Bar Industry internazionale ha mostrato ancor di più quanto l'italianità del bartending e dei suoi prodotti liquoristici sia presente e importante.

**Katerin Alejandra D'Alfonso**

# NEL SANCTA SANCTORUM DELLE CANTINE FLORIO

Alla scoperta di annate e selezioni speciali: i tesori più preziosi della cassaforte di famiglia

DI FABIO BACCHI / FOTO DI ALEX GRASSO

**M**ars-Allah, il Porto di Dio, così gli antichi navigatori arabi definirono un meraviglioso lembo di terra siciliana nel quale trovavano rifugio e sollievo durante le loro traversate. O dal quale partivano verso la conquista di nuovi territori di espansione.

A Marsala, uno dei posti più affascinanti per i cultori del vino e del bartending, si è fatto un pezzo di storia italiana con le vicende garibaldine. Fu qui che nel 1832 Vincenzo Florio acquistò un terreno su un tratto di spiaggia per costruire una cantina in tufo e legno nella quale avviare la produzione di un vino che avrebbe conquistato estimatori in tutto il mondo, il Marsala, la prima DOC d'Italia.

I Florio, imprenditori lungimiranti, avrebbero costruito un impero economico di colossali dimensioni, composto da fabbriche, compagnie navali, produzioni di ogni genere, ferrovie, banche. Ma anche



con un forte impegno sociale nei confronti del territorio e della sua gente.

In queste cantine, il 21 ottobre scorso, 26 bartender, scelti da BarTales in tutta



**LOCATION**  
GLI AMBIENTI  
DELLE CANTINE  
FLORIO.  
NELLA PAGINA  
A SINISTRA  
ALCUNE  
BOTTIGLIE  
STORICHE.

Italia tra i propri lettori, si sono incontrati per una giornata di bartending sul Marsala attraverso un cocktail contest dedicato allo storico vino.

La *BarTales Competition* è un momento dedicato al bartending che la nostra rivista promuove annualmente tra i suoi lettori. La prima edizione si è svolta nel

2014 a Roma, durante *ShowRum*, con un tema dedicato alla miscelazione cubana. Quest'anno si è deciso di dedicare attenzione al Marsala. Grazie all'interessamento del gruppo ILLVA con Dario Fiori, della direzione delle Cantine Florio e della preziosa collaborazione di Vincenzo Leone e Rocco Fiorenza, due bartender locali.



Le Cantine Florio hanno un'atmosfera unica, carica di storia italiana, un fascino antico che sembra far rivivere le vicende dei Florio, una saga familiare che potrebbe essere il copione di un film. È un posto veramente emozionante, probabilmente nessun'altra cantina al mondo riesce a trasmettere quelle emozioni.

*Tra tini maestosi e affascinanti bottaie, sono custoditi le armi di Garibaldi e sei milioni di litri di Marsala*

È tra le vestigia di un passato glorioso custodito da volte architettonicamente perfette che si muovono Sara Montalbano, Valentina Gambino e Maria Elena Bello, l'hospitality team di Cantine Florio capitanato da Ilia Asturi. Ricevono e accompagnano, ogni giorno, decine di persone provenienti da tutto il mondo. Non parlano di Marsala, tramandano con il Marsala, un concentrato di preziosa conoscenza raccontato sempre come fosse la prima volta.

La visita guidata alle storiche Cantine Florio inizia dai maestosi tini giganti, otto esemplari unici costruiti alla fine dell'800 e ancora utilizzati per l'affinamento del Marsala. Superati i grandi tini si accede direttamente alla Sala Garibaldi, uno spazio ampio da cui è possibile cogliere un primo scorcio delle affascinanti bottaie. Qui si custodiscono e si possono ammirare le armi donate da Giuseppe Garibaldi a Vincenzo Florio, per ringraziarlo della lealtà dimostratagli nel 1860. Si procede attraverso le sale Florio ed Ingham-Woodhouse e si arriva alle bottaie. Sono luoghi affascinanti, lunghe 165 metri e intervallate da 104 arcate che dominano su 1.400 caratelli e circa 600 fra botti e tini che custodiscono vini di rara qualità. In quella cantina vengono custoditi, nel silenzio e nella tranquilla immobilità, cir-



ca 6.000.000 di litri di Marsala. L'antico pavimento in battuto di tufo preserva l'umidità necessaria a questo sistema.

La sala di *Degustazione Donna Franca* è un nuovo modo di concepire gli spazi della cantina: la degustazione si trasforma in un'esperienza suggestiva, che coinvolge tutti i sensi sollecitandoli con colori,

suoni e profumi. Nello spazio, ricavato da una delle navate in tufo, l'ospite viene accolto da una musica di sottofondo, da un gioco di luci suggestivo e condotto nella degustazione da una guida virtuale che lo accompagna nella scoperta di sensazioni, sapori e profumi inaspettati. Per l'occasione Cantine Florio ha voluto

**1****2****5****6****9****10**

omaggiare BarTales e i bartender intervenuti di una visita a un luogo speciale, il più inaccessibile: l'Enoteca Storica e i suoi tesori liquidi. Questo luogo è il Sancta Sanctorum delle Cantine Florio, custodisce le bottiglie più antiche e preziose.

È la cassaforte di famiglia nella quale si possono ammirare tutte le annate e selezioni speciali, alcuni esemplari delle più antiche bottiglie tra cui una del 1889.

I bartender si sono confrontati con una cocktail competition che prevedeva



3



4



7



8



11

**BARTALES COMPETITION**  
 IN QUESTE PAGINE ALCUNI MOMENTI DELLA COMPETIZIONE OSPITATA NELLE CANTINE FLORIO. GABRIELE AGOSTINO (FOTO 2); SARA MONTALBANO, MARIA ELENA BELLO E ILIA ASTURI DI CANTINE FLORIO (FOTO 3); PAOLO CAPIZZI E VALENTINA GAMBINO (FOTO 4); GIULIA D'ALBERTO (FOTO 6); GIUSEPPE STELLATELLI TERZO CLASSIFICATO (FOTO 7 E 10); CALOGERO DI MINO E GIANNI ZOTTOLA (FOTO 8); ANDREA MELFA ON TROWING (FOTO 9); VINCENZO LEONE E ROCCO FIORENZA (FOTO 11).

l'utilizzo di tre Marsala Florio: Terre Arse Marsala Vergine, Vecchio Florio Marsala Secco e il Targa Riserva 1840. Le tre tipologie sono state declinate in modi classici ma anche inconsueti in linea con i moderni trend. Sotto forma di spuma o

velluti aromatizzati, con food pairing, in ricette nelle quali vi era l'utilizzo di acido citrico, in punch cup, in decanter con affumicatura, con tecniche nuove che non hanno mancato di affascinare il pubblico che ha riempito tutta la platea. I barten-

der hanno rappresentato tutte le regioni d'Italia con le giurie composte da Gianni Zottola, per BarTales, Calogero Di Mino, uno dei patron della Bar Boot Camp, Va-

lentina Gambino di Florio e Paolo Capizzo, professore dell'Ipssar "Virgilio Titone" di Castelvetro.

La vittoria è andata a Roberto Tranchida di Marsala seguito a ruota dall'esperto Giuseppe Porco di Palermo e da un emozionatissimo giovane pugliese, Giuseppe Stelletti di Barletta. Migliore skill performance ad Andrea Melfa di L'Aquila e miglior barlady Giulia d'Alberto di Palermo. La ricca premiazione per tutti i partecipanti comprendeva anche tre preziose bottiglie delle rare riserve di Marsala Florio semi secco Aegusa nelle annate 1964, 1974, 1989. Il vincitore ha ricevuto anche un prezioso shaker parisien commemorativo dell'evento, cesellato a mano con i loghi di cantine Florio e Bartales, opera di Vincenzo Lannino di Palermo, artigiano cesellatore di shaker unici.

La qualità delle ricette, la presenza di alcuni tra i più noti volti del bartending na-



## LE RICETTE VINCENTI

### MARSALA GOLD

di Roberto Tranchida - Marsala

#### 1° CLASSIFICATO

##### INGREDIENTI

- 40 ml Brady Florio Riserva 10 anni
- 30 ml Marsala Vergine Florio Terre Arse
- 5 ml Disaronno
- 15 ml succo di lime
- 10 ml sciroppo di tè nero
- vaporizzazione di zagara

Tecnica: shake & double strain. Glass: vintage cup. Guarnizione: mora, orange peel e side di cous cous di pesce.

### RICONCO

di Giuseppe Porco - Palermo

#### 2° CLASSIFICATO

##### INGREDIENTI

- 6 cl Marsala Vecchio Florio
- 2 cl succo di lime
- 2 cl sciroppo di zucchero aromatizzato all'arancia
- 10 cl ginger beer

Tecnica: build. Glass: highball. Guarnizione: germoglio di menta fresca e orange peel

### MARSANEZ

di Giuseppe Stelletti

#### 3° CLASSIFICATO

##### INGREDIENTI:

- 30 ml Marsala Vecchio Florio
- 30 ml Tanqueray Old Tom Gin
- 10 ml Maraschino Luxardo
- 2 drops Bitter Grapefruit Fee Brothers

Tecnica: stir & strain Guarnizione: twist di pompelmo. Glass: cocktail glass



zionale e l'entusiasmo di un confronto con un prodotto italiano da attenzionare in miscelazione sono stati le basi di un evento che certamente avrà sviluppi futuri.

**Fabio Bacchi**



### I PARTECIPANTI

AGOSTINO GABRIELE  
 ASCONE GAETANO  
 BONANDRINI MATTEO  
 CAMPO GIUSEPPE  
 CORTESE MAURO  
 COSENTINO DOMENICO  
 D'ALBERTO GIULIA  
 DRIUSSI EROS  
 GERACI IVAN  
 GIORDANO MAURIZIO  
 GIORGIANNI ALFREDO  
 GUAGLIARDO MICHELE  
 LA ROSA MAX  
 LEMBO ANTONINO  
 LORENZATO CHRISTIA  
 MAGGIO SALVATORE  
 MELFA ANDREA  
 MENNELLA IRENE  
 PORCO GIUSEPPE  
 RIZZOLOMINI MIRCO  
 ROSSI LUCA  
 SANTO BARTOLOMEO  
 SOTTILE DAVIDE  
 STELLATELLI GIUSEPPE  
 TANASA DANIELE  
 TRANCHIDA ROBERTO

# LA LEZIONE DI CRADDOCK

## HISTORICAL COCKTAIL – Harry Craddock 85 years after

Lubrini Editore – 240 pagine – euro 38,00

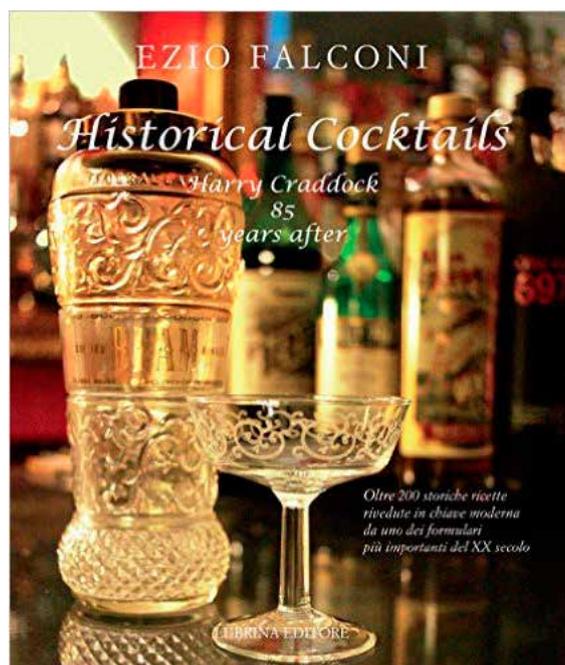
**E**zio Falconi è stato tra i primi bartender italiani dell'era contemporanea a cimentarsi nella pubblicazione di libri dedicati al bartending e al mondo degli spirit.

Il suo ultimo lavoro, *Historical Cocktails*, trae ispirazione dalla rilettura di alcuni vecchi testi. Il libro, infatti, è un viaggio nei bar book dei padri della miscelazione. Le soste sono sulle circa duecentocinquanta ricette che l'autore ha voluto selezionare per riportarle con ingredienti e tecniche attuali per i moderni consumatori.

*Historical Cocktails* è un parallelo tra tecnica e storia dei cocktail. Particolarmente minuziosa è la descrizione delle fonti storiche dalle quali sono state estrapolate le ricette. Dove, chi, come e quando una ricetta è stata presentata o eseguita è descritto con precisi e minuziosi riferimenti storici.

Nell'ispirazione di questo lavoro Falconi confessa che molta influenza deriva dalla rilettura del *Savoy Cocktail Book* di Harry Craddock che viene citato nel sottotitolo del libro. I drink vengono presentati con foto realizzate all'interno dell'Armo Cocktail Champagne Bar di Treviglio, il bar di Ezio Falconi e, quando possibile, la presentazione della ricetta diventa un piccolo confronto tra le varie versioni di questo o quel bartender.

Molte di queste ricette sono in auge,



alcune cadute nell'oblio. Vi sono molte versioni storiche sconosciute ai più e che grazie a questo libro potrebbero essere riconsiderate dalle giovani generazioni di bartender.

Ma *Historical Cocktail* non è solo un'opera per addetti ai lavori. La lettura facile e non esasperatamente tecnica del libro piacerà sicuramente a coloro che il bar lo frequentano da clienti appassionati e che grazie a queste pagine potranno approfondire il concetto di cultura che si radica nel mondo del bar e della miscelazione. Potrebbe essere una simpatica idea per un regalo natalizio, non impegnativo, ma utile ed elegante.

**Alessandro Palanca**

Selezioni aperte fino al 31 luglio 2015  
Finale: 10 e 11 novembre a Trieste



info e regolamento  
<http://bit.ly/abint2015>  
[i.b.competition2015@gmail.com](mailto:i.b.competition2015@gmail.com)

1° A.B.I. International Bartender Competition





**GHILARDISELEZIONI**

[www.ghilardiselezioni.com](http://www.ghilardiselezioni.com)  
[facebook.com/ghilardiselezioni](https://facebook.com/ghilardiselezioni)  
[info@ghilardiselezioni.com](mailto:info@ghilardiselezioni.com)