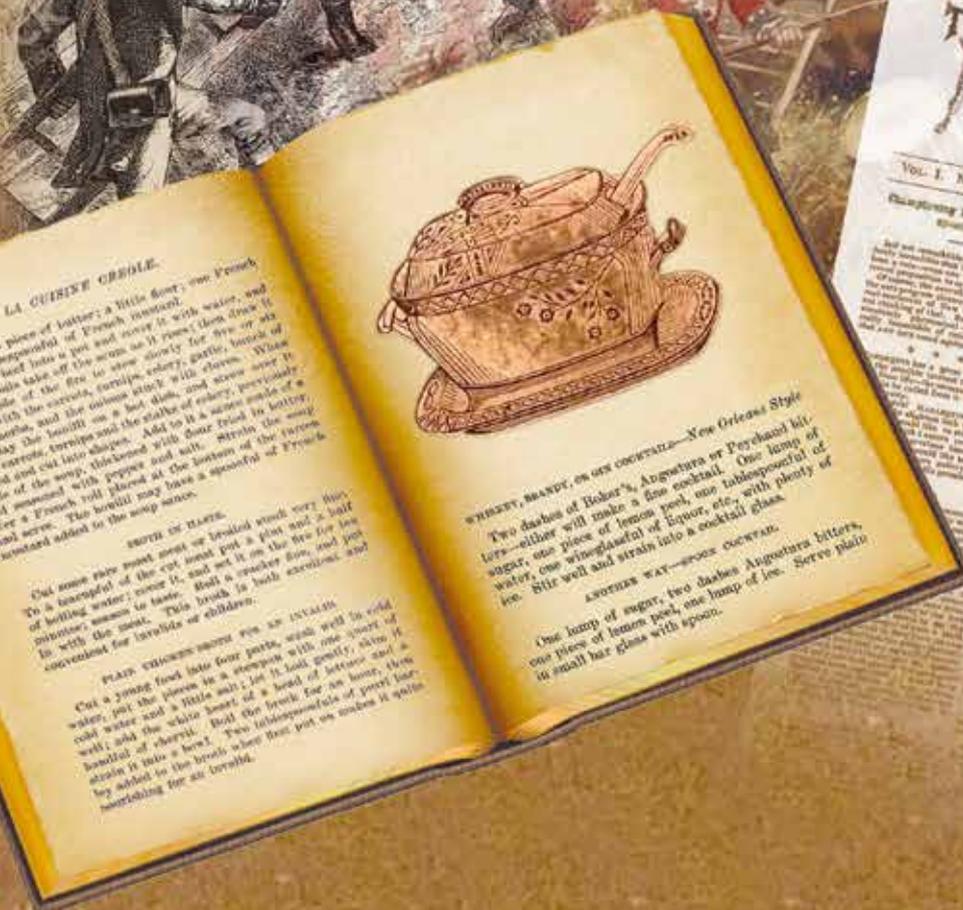
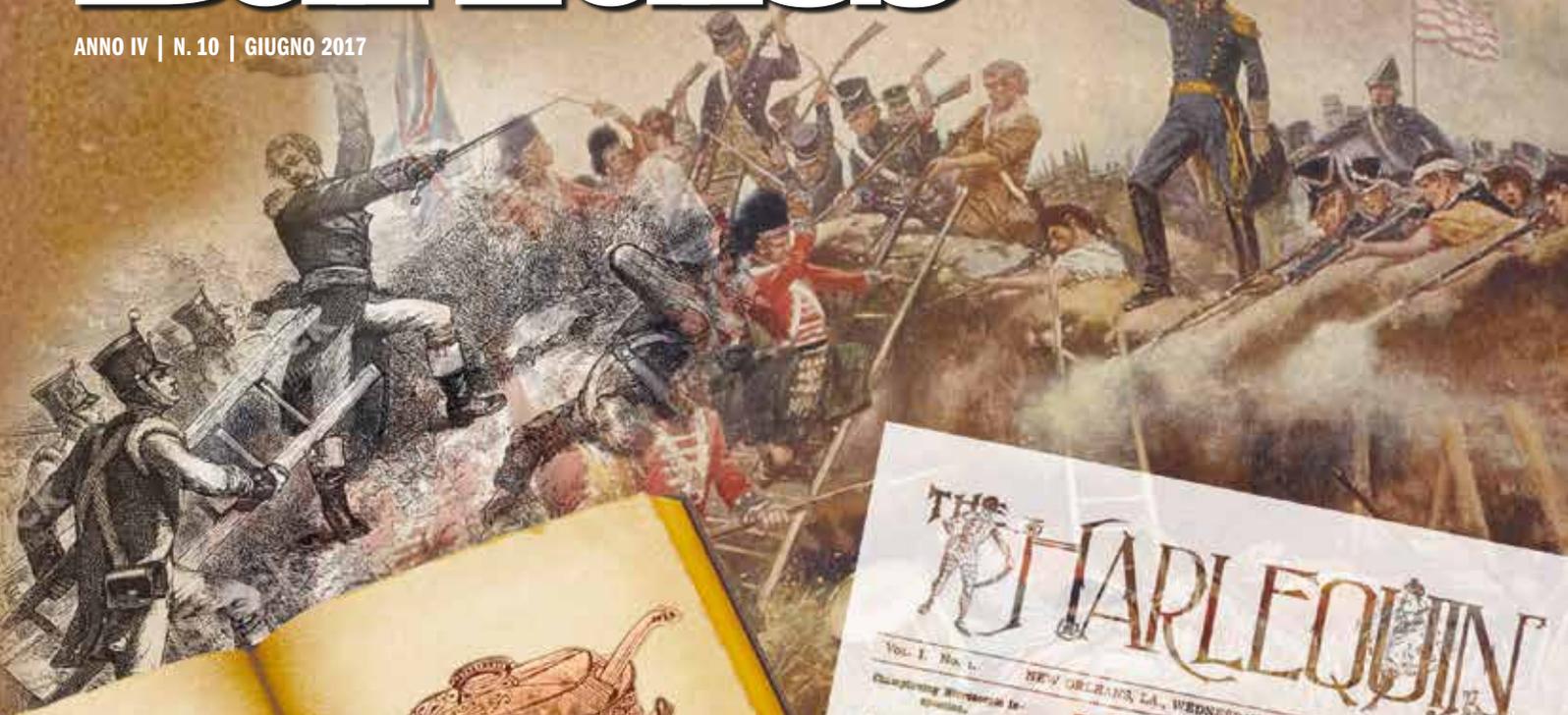


BarTales

ANNO IV | N. 10 | GIUGNO 2017



Face to face
BILL E L'AMERICAN
DREAM

liquid story
I PRODIGI DELLA
BIRRA D'ABETE

hot spirit
FUOCO
DI HAITI

COCKTAIL STORY

IN MEMORIA DEL CONTE

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
SORSI DI CULTURA
- 6** **News DAL MONDO**
- 8** **Face to Face** di Melania Guida
BILL E L'AMERICAN DREAM
- 12** **Liquid Story/1** di Roberto Bianchi
L'AMARO DELLA TRADIZIONE GENOVESE
- 18** **Liquid Story/2** di Luca Rapetti
I PRODIGI DELLA BIRRA D'ABETE
- 28** **Cocktail Story** di Alessandro Palanca
IN MEMORIA DEL CONTE
- 34** **Report** di Johnatan Ferri Abarbanel
FOCUS SUL BELPAESE
- 44** **Competition/1** di Fabio Bacchi
TOP FLAIR
- 50** **Competition/2** di Fabio Bacchi
LA VITTORIA A MIRKO TURCONI
- 56** **Hot Spirit** di Alessandro Palanca
FUOCO DI HAITI
- 68** **How to Mix** di Giovanni Ceccarelli
TEMPO DI CILIEGIE
- 72** **Zoom/1** di Giulia Arsellì
GINEPRO DI TOSCANA
- 76** **Zoom/2** di Valentina Rizzi
LA DIFFERENZA LA FA IL VINO
- 82** **Book corner** di Alessandro Palanca
COCKTAILS ON TAP



DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

Giulia Arsellì, Roberto Bianchi, Giovanni Ceccarelli, Johnatan Ferri Abarbanel, Alessandro Palanca, Luca Rapetti, Valentina Rizzi

EDIZIONE WEB A CURA DI

SkillLab srl

(consulenza@s-lab.it)

Registrazione. n. 35 del 8/7/2013

Tribunale di Napoli

www.bartales.it

© COPYRIGHT

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

BEVI RESPONSABILMENTE

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

JUST BORN IN 2016
AND ALREADY A MULTI-AWARD
WINNING RUM.



Rum Malecon

RARE PROOF

MALECON RARE PROOF RUM...
**AS STRONG AS
A GENTLEMAN!**

*Dedicated to the true lovers of the full proof...
A brand-new family at the right high proof,
with a strong but balanced alcoholic volume!*



DRINK RESPONSIBLY!

— OUR COMPLETE RANGE: —
Aged 13 years - 50.5% alc. vol.
Aged 18 years - 51.7% alc. vol.
Aged 20 years - 48.4% alc. vol.

SAVIO s.r.l. - Châtillon (AO) - Italy - Tel. + 39 0166 56 03 11 - info@saviotrading.it - www.saviotrading.it

SAVIO
CHOOSE. TASTE. ENJOY.

1821 MARASCHINO *L'originale.*

Scopri uno dei liquori italiani più antichi, creato da Luxardo nel 1821 con le ciliegie marasche delle proprie piantagioni. Una ricetta esclusiva, tramandata di generazione in generazione, dà vita a un distillato dal profumo intenso, armonioso e deciso da gustare liscio, esaltante con la frutta e perfetto nei cocktail più famosi. Maraschino Luxardo: scegli l'originale.

LUXARDO

Luxardo promuove il bere responsabile



SORSI DI CULTURA

È ormai ufficiale: la Birra Belga è Patrimonio dell'Umanità. Che sia una Ale, una Lambic o una Lager, quella che da questo momento sorseggeremo appartiene di diritto – è il verdetto dell'Unesco – all'elenco di quanto di meglio la cultura immateriale dei popoli esprime. Era stato già deciso a novembre, ma solo da pochi giorni è stata celebrata la cerimonia che ha sancito, la “diversità impareggiabile dell'arte della Birra Belga”.

Perché proprio la “belga”? Perché in Belgio la birra è una cosa seria. Ci sono quasi 200 birrifici che producono circa 1.500 birre diverse, adatte a ogni palato: dalle classiche bionde, alle birre scure senza contare la straordinaria tradizione trappista, prodotta nei monasteri secondo un disciplinare che risale intatto al Medioevo, quando a produrla erano i monaci di molti monasteri. Perché la Birra Belga ha infinite sfumature, è stata celebrata nei dipinti di Pieter Brueghel, il Vecchio, immortalata in 30 musei e in innumerevoli canzoni e brani musicali. Perché nella cittadina di Bruges, grazie al crowdfunding, quattrocento appassionati hanno realizzato un birradotto, un sistema di tubature che porta direttamente la produzione del birrificio Bruges Zot fino all'impianto di imbottigliamento. Insomma birra è davvero cultura. Dalle testimonianze di Giulio Cesare (“De Bello Gallico”) che raccontava della bevanda celtica a base di cereali, bevuta nelle corna di uri, i progenitori dei buoi, alle virtù della “bionda” nell'arte della miscelazione (*a pag. 82*). Nel mezzo, i prodigi della Spruce Beer, la Birra d'ebete (*a pag. 18*). Scoperta da James Lind, un medico scozzese vissuto nel 1700, come valido antidoto allo scorbuto, divenne strategica per la Royal Navy, la Marina Reale Britannica. Il resto è storia. Quella dello sviluppo sociale ed economico di molte civiltà.



A CASA DI JIMMY

Si svolgerà a Marina di Ravenna dal 10 al 12 luglio la 3ª edizione di “Mi Casa Es Tu Casa” la kermesse italiana estiva di bartending organizzata da Canchanchara Hospitality e Aguardiente Cocktail Bar di Jimmy Bertazzoli. Durante la tre giorni si avvicenderanno esponenti del bartender nazionale e internazionale che daranno vita a un programma di educational e pop up bar con il coinvolgimento di alcuni dei più noti brand della spirit industry internazionale.

MI CASA ES TU CASA
SUMMER ITALIAN BARSHOW



10/12 LUGLIO 2017
MARINA DI RAVENNA, BELPAESE



MACALLAN EXTRA LUSO

Distillato il 14 gennaio 1949, invecchiato per 50 anni in Sherry cask e imbottigliato nel 1999, è la selezione più importante della celebre distilleria dello Speyside. Macallan Millennium si presenta in un prezioso glass decanter Caithness, la glass box è interamente in legno di quercia, i riporti in rame del tappo e della bottiglia sono stati recuperati dallo still N° 9 della Macallan Distillery. Questa release è limitata a 900 esemplari per tutto il mondo, nelle note del suo tasting viene descritto “Christmas cake-style fruit”, 43% abv.

LAGAVULIN FEIS ILE

In occasione del Festival di Islay 2017, dal 26 maggio al 3 giugno, Diageo presenta un “twist” del suo 16 yo acquistabile esclusivamente presso lo shop della distilleria. Lagavulin 16 Year Old Feis Ile 2017 è prodotto in 6.000 esemplari, prevede una doppia maturazione in botti di Moscatel e imbottigliamento a 55,8°. Georgie Crawford, distillery manager, afferma che il progetto persegue la filosofia di Lagavulin che guarda al futuro entrando nel suo terzo secolo di attività.



SOS GINEPRO

Con l'intento di sostenere la conservazione del ginepro britannico Portobello Road spedirà una pianta a casa di ogni acquirente della bottiglia limited edition di Gin in vendita nei supermercati Waitrose di Londra. Gli stessi clienti avranno poi la possibilità di riportare la stessa pianta in distilleria e utilizzarla per la produzione del loro speciale imbottigliamento. Per questa operazione la distilleria si è avvalsa della collaborazione di esperti di giardinaggio.



DONNE&COCKATIL A PARIGI

Due giorni a Parigi, dal 5 e 6 giugno per il salone del cocktail alla Maison Rouge. Tra i temi di interesse, particolare aspettativa sembra suscitare la tavola rotonda dedicata al ruolo delle donne nella moderna industry di settore. Tra gli ospiti dell'edizione 2017 una folta rappresentanza francese e dall'estero Joerg Meyer, Hidetsugu Ueno, Carina Soto Velasquez. Tra gli altri appuntamenti "Wheating The Storms" di Richard Auguste Morse dell'Hotel Oloffson di Port au Prince.

UN MONDO DI SPINE

Dalla Birra dell'Eremo al birrificio Perugia, da Opperbacco a La casa di Cura, sono trenta i birrifici artigianali chiamati a raccolta per "Birra del borgo day", la kermesse dedicata alla cultura brassicola giunta alla dodicesima edizione.

Dal 1 al 4 giugno, all'interno della Villa Comunale di Borgorose, un grande show che vedrà insieme ottime birre e cucina di qualità.



A man with short, light-colored hair is sitting in a bar. He is wearing a light-colored, textured blazer over a dark shirt with a vibrant floral pattern in shades of pink, red, and green. He is looking directly at the camera with a neutral expression. The background is a blurred bar setting with shelves of bottles and warm lighting.

BILL E L'AMERICAN DREAM

Hinkebein, CEO di American Beverage Marketers: il successo? Semplice, come l'idea di mettere le ruote alle valigie

DI MELANIA GUIDA Ph Paola Tufo

Se, qualche anno fa, qualcuno avesse detto a Bill, William Andrew Hinkebein, che nel giro di qualche lustro sarebbe stato a capo della American Beverage Marketers, la società di New Albany (Indiana) che con i marchi *Finest Call* e *Master of Mixes* produce il meglio dei mix non alcolici per cocktail (puree di frutta, sciroppi e premix infusi) e lo distribuisce nel mondo intero, il signor Hinkebein gli avrebbe dato del matto. E più di lui, sua moglie, che 26 anni fa si preoccupava parecchio sapendo che il marito si ammazza tutto il giorno a cercare di vendere in giro per il paese bottiglie di salsa barbecue e maionese. Anche adesso Bill è sempre in giro, salta da un aereo all'altro intorno al mondo, ma forse la signora Hinkebein avrà meno preoccupazioni.

Mr Hinkebein, come è iniziata? «C'era una piccola azienda in bancarotta che aveva l'attrezzatura per imbottigliare», racconta tra una sfogliatella e un caffè al bar dell'hotel Vesuvio. Lo intercetto a Napoli, nel vorticoso tour italiano per la presentazione della nuova Tiki Mug in compagnia di Marco Canova, il manager di ABM per Europa, Medio Oriente e Africa. «La produzione era di scarsa qualità - continua - e noi, giovani e pieni di passione, cercavamo qualcosa di buono da mettere in bottiglia. Qualcosa di meglio di salsa barbecue e maionese. Eravamo in dieci. Facevamo tutto da soli, tappavamo e trasportavamo le bottiglie. All'epoca avevo tre bambini piccoli, stavo sempre per strada a vendere e mia moglie mi odiava. Per fortuna è andato tutto bene». Sorride con lo sguardo azzurro come il mare del golfo che ha davanti e addenta famelico un'altra sfogliatella, frolla questa volta.

È una storia fantastica, gli dico, pen-



sando che con i suoi prodotti ogni giorno nel mondo si miscelano 1,7 milioni di cocktail. «Non ancora - ridacchia - ci stiamo solo riscaldando». Il punto di svolta? «L'idea di produrre qualcosa destinata al mondo dei cocktail, anche questo un'antica passione». Si spieghi meglio. «Abbiamo preso la ricetta degli sciroppi italiani e francesi e abbiamo tolto l'acqua, lasciando solo la frutta. Semplice, come l'idea di mettere le ruote alle valigie». Tutto qua? «Certo, poi c'è qualità, alzare il livello della produzione, puntare sempre al meglio, questo è il correlato fondamentale». Che è poi la filosofia di ABM, un'azienda in forte crescita. «Abbiamo assunto persone molto preparate e le abbiamo sistemate nel posto giusto. Credo che alla base del successo ci sia soprattutto la capacità di costruire un team valido».

Una buona squadra, insomma. «Esatto, io mi sento un po' come l'allenatore». Quanto è importante per un'azienda leader come ABM la collaborazione con bartender di spessore, come Della Pola, Caporale, Kratena? «Fondamentale. Ma mi lasci dire che è anche molto divertente lavorare con personaggi assolutamente simpatici. Da loro apprendo moltissimo».



E sa una cosa? Quando incontro un bartender veramente bravo è quasi sempre italiano».

Come nasce l'idea di un nuovo flavour? «Lavoriamo a stretto contatto con le multinazionali che studiano e lanciano sul mercato un nuovo sapore. In genere, dopo 3 anni dal lancio quel gusto diventa

strategico nel mondo della spirit industry. Naturalmente noi ci muoviamo sempre alla ricerca della migliore qualità. Il mango Alfonso, per esempio. Noi usiamo esclusivamente quello. Potremmo comprare la varietà Kent in Messico o in California, sarebbe

più conveniente. Lo acquistiamo, invece, in India. È più caro, certo, ma riusciamo ad assicurarci il migliore standard qualitativo lungo tutto l'arco dell'anno».

ABM utilizza sempre e solo frutta fresca. Una scelta che soddisfa l'esigenza

sempre più marcata di prodotti naturali? «Cerchiamo di usare meno ingredienti possibili, compriamo frutta da 47 paesi del mondo (dall'Italia le arance rosse di Sicilia e la pesca bianca), solo in alcuni prodotti aggiungiamo qualche essenza per dare più forza al sapore, ma il nostro segreto sta nell'uso di prodotti naturali, segnalati col bollino blu».

Possiamo immaginare, a breve, l'arrivo di prodotti speziati che tanto piacciono ai bartender? Magari sciroppi a base di caradamomo, chiodi di garofano o ginepro? «Certo. È quello il nuovo trend. Stiamo facendo delle ricerche proprio in quella direzione. Il Falernum, per esempio. È perfetto nelle preparazioni Tiki. Ci stiamo concentrando anche sul pepe. Il re delle spezie ha moltissime varietà, è particolarmente versatile, quindi ha tantissime possibilità di utilizzo».

Cosa beve Mr Hinkebein? «Mi piacciono un po' tutti gli spirit. Dalla Grappa al Gin Tonic. Ma sono un americano del Kentucky, amo il Whiskey. Il Bourbon, capirà, è il mio preferito».

Melania Guida

*Quando
incontro
un bartender
veramente
bravo,
quasi sempre
è italiano*

AMARO PUGLIESE NON SOLO UN DIGESTIVO

BEVI RESPONSABILMENTE



Un amaro così
poteva nascere solo in Puglia.

L'AMARO DELLA TRADIZIONE GENOVESE

Dal 1444, l'antica formula è giunta invariata fino ai giorni nostri

DI ROBERTO BIANCHI

Risalendo dal mare verso i colli, attraversando quel dedalo di strade cariche di storia, brezza marina e odori pungenti, che sono i vicoli di Genova, si arriva al santuario della Madonna del Monte, un luogo da sempre molto caro ai genovesi, poco conosciuto dal resto d'Italia. Secondo la tradizione popolare in questo luogo si celebra il culto fin dall'anno 958 e, dal 13 maggio 1946, la bolla papale di Pio XII lo riconosce come basilica minore.

È in questo luogo affascinante e mistico che nasce un piccolo gioiello della liquoristica italiana, l'Amaro di Santa Maria al Monte. Nel 1440 un gruppo di frati minori osservanti, sostenuti economicamente dal doge Raffaele Adorno, riportò in attività il monastero precedentemente abbandonato, e il 13 settembre 1444 si trasferirono al suo interno costituendo una comunità di 49 frati francescani. Fu in quel periodo che all'interno del monastero si svilupparono le pratiche di una liquoristica dei quali i religiosi erano custodi e sapienti esecutori.

Di ricette del tempo tramandatesi sino

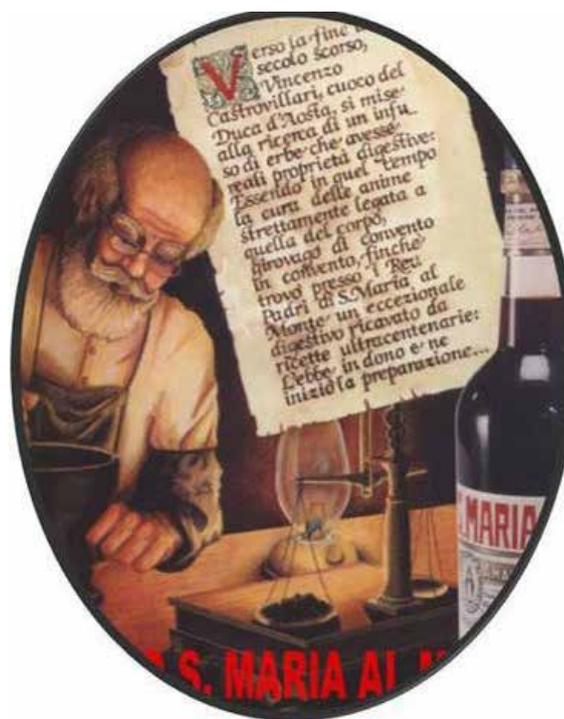


ai giorni nostri vi sono molti esempi. Alcuni di questi sono divenuti iconici brand dal grande successo commerciale, altri sono dormienti o confinati in uno spazio che forse meriterebbe più visibilità e attenzione. L'Amaro di S. Maria al Monte dell'omonimo santuario è un prodotto ultracentenario, preparato rispettando un'antica formula pervenuta intatta fino ai giorni nostri, che conserva la conoscenza delle erbe officinali, delle nozioni di medicina, e delle loro applicazioni. Si narra che i Padri del Convento di S. Maria al Monte donarono all'eclettico Vincenzo Castrovillari, all'epoca cucciore del duca d'Aosta, una preziosa pergamena con la ricetta del "Lissire Miracoloso Santa Ma-

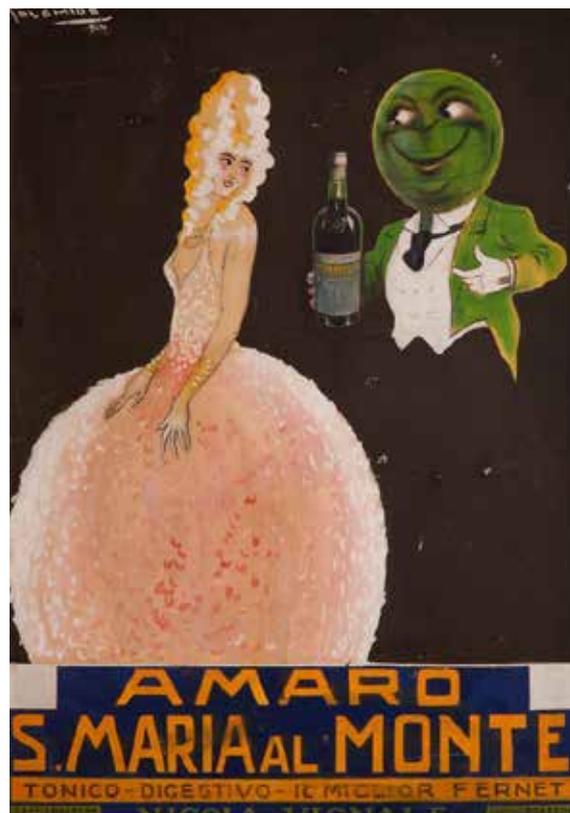


ria". Secondo la pergamena, le qualità attribuite dai monaci al loro elisir venivano così descritte "Questo lissire guarisce le coliche, la febbre, la indigestione, purga lo sanguine, lenisce le forze vitali e, allontana ogni male". Fu così che Vincenzo Castrovillari partendo dagli studi erboristici dei religiosi, e grazie alla conoscenza delle erbe officinali, completò la ricetta di quel "Lissire Miracoloso" con pregiati prodotti aromatici delle Alpi e altre erbe provenienti da tutto il mondo al porto di Genova strategicamente importante dal punto di vista commerciale.

Dall'Europa arrivavano polio montano, ginepro, genziana, zafferano e assenzio; dall'Asia rabarbaro, noce moscata e mirra; dall'Africa aloe del capo e china calissaia; dall'America del Sud noci di cola. Fiducioso nella potenzialità del suo prodotto, Castrovillari avviò la produzione del suo elisir a Sampierdarena, all'epoca comune autonomo, poi inglobato nel 1926 nella zona urbana Genova. Il 24 febbraio 1892 con l'attribuzione del Brevetto n.793, Vincenzo Castrovillari ricevette il titolo Onorario di provvedito-



re della Casa di Sua Altezza Reale, e il Principe Emanuele Filiberto di Savoia, lo autorizzò a poter fregiare il suo laboratorio dello Stemma Ducale. Le qualità del suo pregiato prodotto furono anche certificate dal più illustre medico Genovese dell'epoca, il professor Edoardo Maragliano, che da direttore dell'Istituto di Clinica Medica della Regia Università



di Genova, il 23 Giugno 1894 dichiarava: «Sperimentando l'Amaro Santa Maria al Monte, tanto nella clinica da me diretta come con la clientela privata, ho avuto

occasione di convincermi che esso esercita un'azione tonica assai favorevole alle funzioni digerenti, specialmente negli individui affetti da atonia gastrica. Lo ritengo superiore al Fernet».

Con il suo Amaro Santa Maria al Monte, Castrovillari partecipò alle più importanti esposizioni dell'epoca riscuotendo enormi successi come la medaglia d'oro a Berlino nel 1899. Successivamente divenne giudice nelle principali esposizioni francesi, come Marsiglia, Bordeaux e Nizza.

Sin dall'inizio l'amaro era contraddistinto dall'etichetta che riportava la tipica effigie - ormai ben conosciuta - dell'immagine sacra, in seguito depositata e brevettata nel 1910.

Intorno al 1858 la produzione e la pergamena originale della ricetta furono rilevate dal liquorista Nicola Vignale che a Sampierdarena possedeva una sua fabbrica per la produzione di liquori, sciroppi e Vermouth. La produzione dell'amaro venne seguita per tre generazioni dalla famiglia Vignale, che nel rispetto dell'originale formula avrebbe preservato fino ai giorni nostri questa antica specialità genovese. Le dosi e le caratteristiche degli oltre trenta ingredienti sono rispettate con assoluto rigore attraverso un minuzioso controllo delle erbe e un arco di stagionatura e lavorazione di quasi un anno e mezzo.

L'infusione a freddo di erbe, rizomi, fiori, radici, cortecce, semi, resine e fo-

La produzione dell'amaro rispetta la formula originale giunta integra fino ai nostri giorni

VARNELLI

dal 1868

SHALL
WE MIX?



www.varnelli.it

BEVI RESPONSABILMENTE

LE RICETTE

AMOR PERFETTO di Enzo Sejdic Gradisca Cafè – Genova

INGREDIENTI

- 6cl Amaro Santa Maria
- 2cl succo di lime
- 2cl orzata
- foglie di basilico

Tecnica: shaker & fine strain. Glass: Old Fashioned con ghiaccio pilé. Garnish: basilico

CHE L'INSE di Enzo Sejdic Gradisca Cafè – Genova

INGREDIENTI

- 4cl Bitter Gagliardo
- 2cl Amaro Santa Maria
- 1cl salamoia di olive
- velluto di liquore allo yuzu

Tecnica: shaker. Glass: coppetta cocktail. Garnish: lime disidratato e seme di cardamomo leggermente bruciato.

ARRIO di Luca Rossi Muà – Genova

INGREDIENTI

- 3cl Bitter Rouge
- 3cl Coro Chinato
- 1,5 cl Amaro Santa Maria
- 5 gocce sciroppo di rosmarino

Tecnica: mixin'. Glass: coppetta cocktail. Garnish: orange peel

EL SIGLO di Luca Rossi Muà – Genova

INGREDIENTI

- 5cl Sherry Fino Tio Pepe
- 3cl Vermouth Cocchi
- 1cl Amaro Santa Maria

Tecnica: mix & strain. Glass: coppetta cocktail. Garnish: lemon peel



glie macinati, richiede circa due mesi e garantisce l'estrazione delle parti nobili delle piante ricche di proprietà curative. Al preparato ottenuto, dopo otto mesi di lavorazione, vengono aggiunti alcool e zucchero e solo dopo altri sei mesi di stagionatura si ottiene un amaro di 40 gradi alcolici dal gusto pieno e rotondo. In un periodo in cui la spirit industry italiana con i suoi amari è in fase di grande rilancio sul mercato mondiale, quella che è storicamente considerata la massima espressione della liquoristica genovese cerca di mettersi in mostra agli occhi del bartending più esigente.

Roberto Bianchi

Bevi Responsabilmente

AGAVE
EARTH
FIRE
MEZCAL



MADE IN MÉXICO
DISTRIBUITO DA ONESTI GROUPspa

I PRODIGI DELLA BIRRA D'ABETE

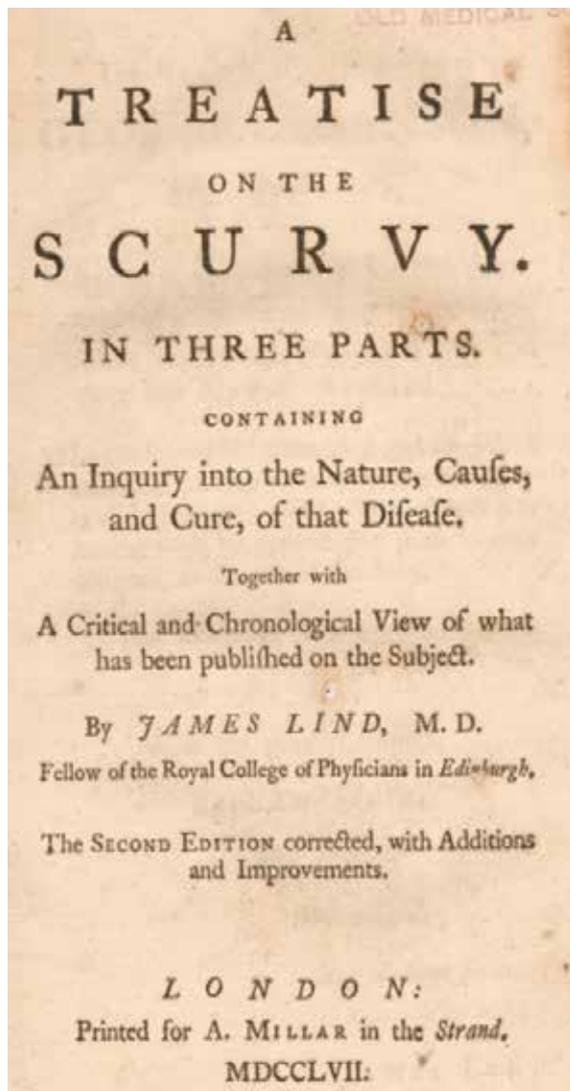
Valido antidoto allo scorbuto, divenne strategica per la Royal Navy

DI LUCA RAPETTI

La scoperta del continente americano ad opera di Cristoforo Colombo, nell'anno 1492, ebbe conseguenze che influenzarono e cambiarono la storia dell'umanità. Da quel momento in poi si succedettero numerose spedizioni volte a scoprire ed esplorare territori ancora sconosciuti. I primi coloni europei che giunsero su quei territori che oggi costituiscono parte del Canada e degli Stati Uniti orientali, dovettero affrontare spedizioni via mare in condizioni al limite della resistenza umana. Acqua potabile, bevande calde, alimenti ben conservati, frutta e verdura erano presenti soltanto nell'immaginazione di coloro che trascorrevano settimane, mesi, o addirittura anni, a bordo di imbarcazioni, colme di schiavi, marinai e ufficiali.



L'intensificarsi dei viaggi transoceanici, una dieta alimentare povera di sostanze nutritive, la scarsa cura e igiene personale, favorirono la comparsa di malattie e disturbi che sfociarono in vere e proprie epidemie. Per molti decenni gli equipaggi francesi, inglesi, olandesi e spagnoli avrebbero subito ingenti perdite. Il problema dello scorbuto, malattia che si manifesta in soggetti che



presentano scarsi livelli di vitamina C, venne affrontata molto seriamente dalla Marina Reale Britannica durante i secoli XVII, XVIII e XIX. James Lind era un medico scozzese vissuto nel XVIII secolo, considerato uno dei pionieri dell'igiene a bordo dell'imbarcazioni della Royal Navy.

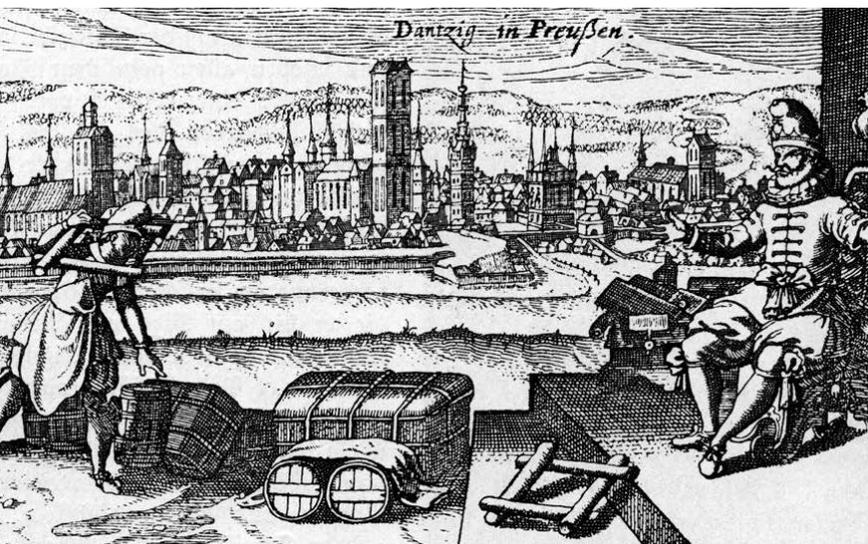
Nel 1753 Lind scrisse un trattato fon-



CURA DELLO SCORBUTO

NELLA PAGINA A SINISTRA, SOPRA, IL CAPITANO THOMAS JAMES. IN BASSO IL MEDICO JAMES LIND. IN QUESTA PAGINA, IN BASSO, IL VIAGGIO COMPIUTO DAL CAPITANO.

damentale sullo scorbuto, intitolato “A Treatise on the Scurvy”. Tra i vari rimedi e le indicazioni minuziosamente spiegate, Lind descriveva le qualità antiscorbutiche di diverse bevande tra cui quelle della Spruce Beer, la “birra di abete”. Il medico registrava le vicende di quegli equipaggi che non furono in grado di contrastare la comparsa e la tragica evoluzione dello scorbuto. Tra questi i fatti che riguardavano le spedizioni navali del capitano Mock nel 1619 e quelli del capitano Thomas James nei pressi di Charlton Island nel 1631. Durante l’inverno 1633-1634 due imbarcazioni, una com-



“ any service.”

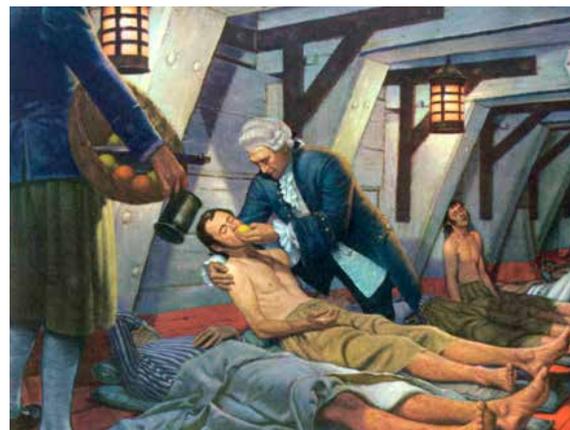
During this distress, some *Canadians* made known to the *English* the following remedy, viz. an infusion of the tops of what the *French* call *epinnete blanche* or *la prusse*, and the *English* the small leaved *white pine*, which exactly resembles the *hemlock pine* in *England*. These tops were first cut small, and then bruised in a mortar, and to each pound of

THE DOMESTIC GUIDE.

TO MAKE SPRUCE BEER.

THIS is a wholesome and cooling beverage to those whose palate can accommodate itself to the peculiar flavour of the birch, from which the essence is extracted. As it is in great request, and cannot always be procured in the country, we subjoin the cheapest and most easy way of manufacturing it. A bottle of the essence of spruce may be purchased at any of the principal oil-shops in town for half-a-crown, or three shillings, the Dantzic is most generally esteemed; the directions given with it are not always to be relied on, as they reckon the contents of the bottle will make an eighteen gallon cask; you will, however, find your spruce much better if you make it in a smaller quantity, and put about half the essence to make a seven gallon cask, with

WHITE and **BROWN SPRUCE BEER**, in the highest perfection, and far superior to any article of the kind ever made in this country, may be had of **LOWTHORP and CO's. SPRUCE BEER BREWERY**, Lambeth-road, Surrey, and sent to any part of the town or country. The White Spruce, of a most beautiful colour and flavour, almost equal to Champagne, is sold at 12s. per dozen; and fine Brown at 6s. per dozen, for Ready Money. Bottles to be paid for, and the Money returned when delivered back.—It is requested that when orders are sent from the country, directions may be given for the Money to be paid on the delivery of the Spruce at the Inn in town.



posta da 7 membri d'equipaggio e l'altra da 8, furono inviate a scopo sperimentale al largo di Groenlandia e Spitsbergen, la più grande isola dell'arcipelago delle Svalbard, nella parte settentrionale della Norvegia. L'equipaggio di 7 uomini fu totalmente colpito dallo scorbuto, quello di 8 non ebbe alcun malato. Oltre alla diversa qualità di alimenti che erano stati distribuiti sulle due navi, quella dei sopravvissuti aveva anche a disposizione una certa quantità di Spruce Beer.

Lind descrive questa bevanda come popolare tra i coloni del Nord America e presente anche in alcuni paesi dell'area baltica, ove se ne faceva consumo sia a scopo precauzionale sia come rimedio in caso di comparsa del disturbo. Infatti in questi paesi, la cui latitudine e molto simile a quella dei territori nordamericani, la stagione invernale costituiva un periodo in cui scarseggiavano gli alimenti freschi, fatto questo che non garantiva un sufficiente apporto di vitamine e altre sostanze fondamentali per mantenere un buono stato di salute. Di conseguenza la Spruce Beer era maggiormente consumata nei mesi invernali. La stessa informazione venne riportata da Jacques Cartier, esploratore francese che fece ben 3 spedizioni alla volta delle terre francesi nel continente nordameri-

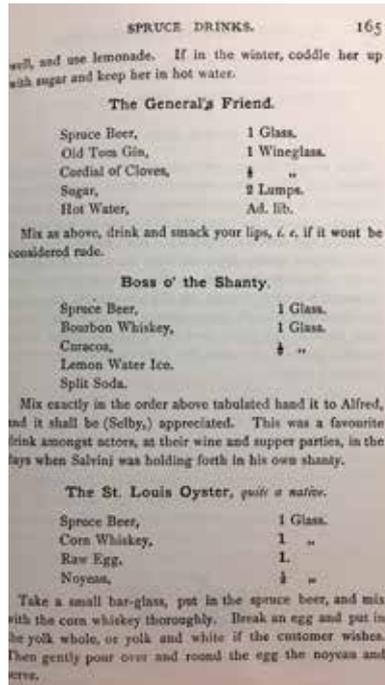
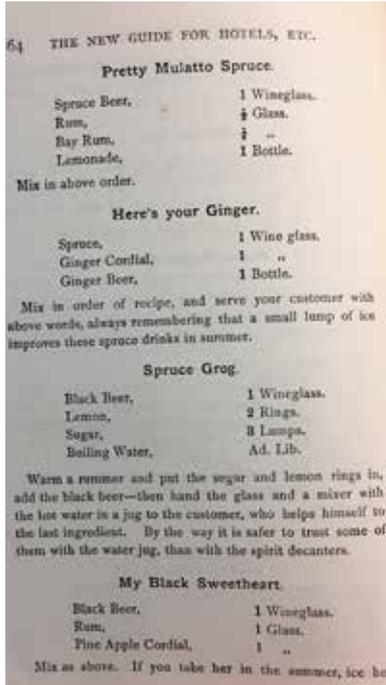
THE SOUL OF AFRICA

Distilled in the heart of England



WHITLEY NEILL
HANDCRAFTED DRY GIN

The Essence of Discovery



cano. Nel 1536, durante il suo secondo viaggio, l'equipaggio della sua nave fu colpito da un malessere da lui stesso descritto come "scorbut" e che è chiaramente riconducibile all'odierno scorbut. Nei pressi del villaggio di Stadacona, l'odierna Quebec City, gli venne consegnato un rimedio curativo preparato dalla popolazione locale degli irochesi, nativi americani originari delle terre comprese tra Canada e Stati Uniti. La bevanda, che una volta somministrata ai membri dell'equipaggio malati permise loro di ri-acquistare un buono stato di salute, era ottenuta dalla bollitura di foglie invernali e bacche di un albero sempreverde, denominato "Anneda", appartenente alla stessa famiglia di conifere dalle quali si otteneva la Spruce Beer citata da Lind. Questo piccolo alberello era conosciuto come "Black Spruce" e, oltre ad essere utilizzato per questa bevanda, produceva una sostanza, definita "balsamo", di qualità maggiore rispetto alle altre tementine.

Nell'opera di Severino Eugaleno Doc-

cumano "De Scorbuto Liber" del 1766, veniva riportata la traduzione in italiano del libro di Lind, ove però troviamo alcune aggiunte, tra cui una riguardante questo balsamo ottenuto dall'abete nero, conosciuto come "Balsamo del Canada" dai francesi, dagli inglesi come "Balsamo di Gilead". Nel celebrare le proprietà curative di questa bevanda fermentata, Lind affermava che essa venne scoperta accidentalmente in Europa. In "De Arthritide Vaga Scorbutica" di Moellenbroek si legge che nel periodo in cui gli svedesi ingaggiarono un conflitto contro i moscoviti accadde che Erbenius, medico personale del re, preparò un particolare infuso a base di germogli di abete da somministrare ai soldati colpiti da



scorbuto. Questo comportò la completa guarigione di tutti gli ammalati rendendo così assai celebre questa bevanda.

Un passaggio molto importante del libro di Lind è quello in cui egli dichiara che, a seguito di un episodio di battaglia verificatosi a Quebec nell'inverno del 1759 nei territori nordamericani, le truppe inglesi, guidate dal comandante in capo Murray, furono decimate da una violenta epidemia di scorbuto. In quell'occasione alcuni "canadians" mostrarono agli inglesi un rimedio basato su un infuso di germogli di abete chiamato dai francesi "Epinette Blanche" o "La Prusse" e dagli inglesi "White Pine", che aveva le stesse caratteristiche del pino qualità Hemlock. Si può notare come a livello di pronuncia, "Spruce" e "Prusse" risultino molto simili. Ciò conduce all'etimologia dell'espressione "Spruce Beer", che risulta avere origini ben diverse da quelle inglesi. In alcuni ricettari del XIX e XX secolo è possibile trovare indicazioni per preparare "Dantzic Spruce"



detta anche "Black Beer" come compare per esempio in "Domestic Brewing" di Cradock & Company del 1843. L'aggettivo "Dantzic" indicava l'origine geografica di una birra prodotta in simile maniera ma ottenuta da una qualità diversa di albero. Questa birra era nota presso la città portuale di Danzica, scalo commerciale di grande importanza durante il 1500. Danzica faceva parte del regno della Prussia polacca e la birra locale, ottenuta appunto dai germogli di abete, era chiamata in tedesco Sprossen-bier, in olandese Jopen-bier. Sprossen e Jopen erano i termini equivalenti all'inglese "Sprout" che indica il germoglio. Sprossen-bier venne successivamente declina-

500ml Strong Ale

SPRUCE BEER

At Halifax, spruce beer was the big commodity and thought to be a very good beverage for the men... will be Brewed for the Health and Conveniency of the Troops, which will be served at prime Cost... it is made of the tops and branches of the spruces-tree, boiled for three hours, then strained into casks... 5 Quarts of Mollaffes will be put into every Barrel of Spruce Beer... as soon as cold, it is fit for use... while encamped at Halifax the soldiers drank great quantities of spruce beer, "the allowance was two quarts per day to each man, or three gallons and an half week, for which he paid seven pence... the Seamen always continue healthy and active when drinking spruce Beer.

Halifax, NS

Brewed with Spruce & Fir Tops from Meander River Farms 7.5% alc/vol

www.garrisonbrewing.com

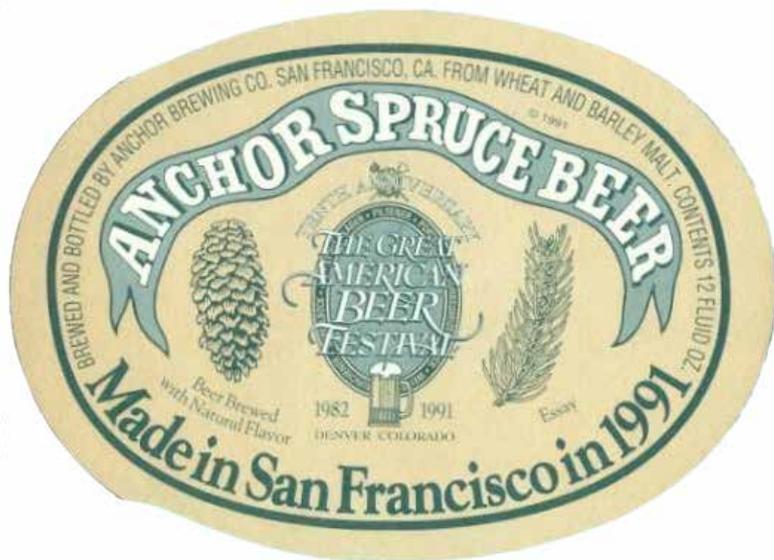
Return for Refund/ Retourner pour remboursement



la pelle prussiana nota per la sua pregiata qualità. Nell'edizione pubblicata nel 1670 dell'opera "Sylva" dell'inglese John Evelyn è presente un passaggio, a proposito delle piante di abete, che così dice "Per gli alberi/pali delle navi, (gli alberi) provenienti dalla Prussia, che chiamiamo Spruce, sono i migliori.

Altra non trascurabile testimonianza giunge attraverso il "The Gentleman's Magazine" del 1752. Qui venne trascritto il resoconto di Pehr Kalm, botanico finnico-svedese, che nel 1749 visitò quelle che a quel tempo erano le terre della Nuova Francia. Descriveva una bevanda ottenuta da una qualità di pino che cresceva in quelle zone, il cui nome scientifico assegnatogli era "Abies Picea". I francesi in Canada chiamavano questa birra "Epinette", mentre olandesi ed inglesi usavano la parola "Spruce". Focalizzandosi sull'evoluzione della Spruce Beer sul territorio britannico, si sa con certezza che essa era già presente sul mercato a partire dal XVII secolo poiché nel 1664 era già in vendita presso il pub "Angel and Sun". Nel 1785, primo anno di pubblicazione del The Times, tra i vari annunci pubblicitari vi era quello del New England Coffee House di Londra, gestito da un certo J. Newman, il quale, oltre a vendere Burton Ale, vino, Rum e Brandy, serviva anche "American Spruce Beer in the highest perfection". Si comprende che a distanza di due anni dalla fine della Guerra d'Indipendenza qualcuno stava esportando questa bevanda dagli Stati Uniti verso Londra per soddisfare gli espatriati bevitori americani.

Durante il XVIII e XIX secolo la popolarità della Spruce Beer crebbe a tal punto che la sua produzione sul territorio britannico ebbe una notevole crescita. Co-



to nell'inglese "Spruce Beer", invece che in un più plausibile "Sprout Beer".

Nella cultura popolare europea questa birra era diventata un prodotto identitario prussiano molto apprezzato. La parola "Spruce" venne aggiunta al termine "Beer" dando un significato di "birra prussiana" riferendosi a quello stile di birra prodotta a Danzica. A rafforzare tale tesi, a partire dal XIV secolo, il termine "Spruce" era utilizzato con il significato di "Prussia", come compare nell'espressione "spruce leather" che identificava

me accennato in precedenza, essa venne chiamata “Dantzic” o “Black Beer” a causa del suo colore che la rendeva di aspetto molto simile ad una Stout e Porter. Era creata da una mistura di melassa e acqua lasciata fermentare ed infine, a fermentazione terminata, veniva addizionata “Essence of Spruce”. In “New Guide for The Hotel, Bar, Restaurant, Butler and Chef” del 1885 si dava molta importanza alla qualità della melassa. La più economica, ovvero quella ricavata da patata e barbabietola, non era neanche paragonabile a quella che si poteva ottenere dall’acero (dal quale si produceva il maple syrup canadese) e dallo zucchero di canna. Data la sua consistenza sciroposa e l’intensità gustativa, la Dantzic Black Beer risultava molto corposa ed infatti era difficile berne in grandi quantità. Secondo quanto riportato in “Journal of the Society of Arts” del dicembre 1869, la Spruce Beer, specialità di Danzica, godeva di una fama tale che già due anni prima, nel 1867, circa 26.000 barili di questa birra furono esportati solo a Londra. L’edizione di marzo 1810 del “The Lady’s Monthly Museum” dava istruzioni su come preparare da sé Spruce Beer, consigliando di acquistare una bottiglia di Spruce Essence, reperibile nella maggioranza degli “Oil Shop”. Anche qui era sottolineata la pregiata qualità di quella di Danzica. Stante l’intensità aromatica dell’essenza prodotta nella cittadina polacca, la pratica di acquistare questa essenza ed addizionarla al prodotto fermentato divenne molto comune a Londra.

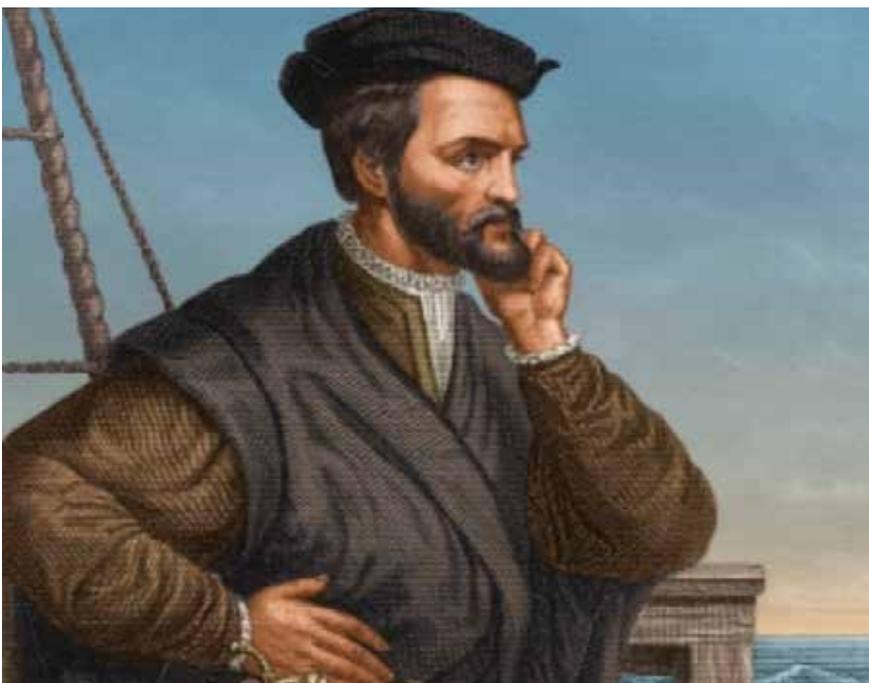
Le proprietà medicinali applicate nel contrastare la piaga dello scorbuto contribuirono maggiormente a diffondere su larga scala questa bevanda. In partico-



TESTIMONIANZE
QUI SOPRA, IL
BOTANICO
FINNICO-SVEDESE
PEHR KALM.

lar modo, le misure adottate dalla Royal Navy su scala globale garantirono una produzione costante e di facile esecuzione a bordo di ogni nave. Questo grazie anche al lavoro del dottor Henry Taylor, di stanza a Quebec, grande sostenitore e promotore della Terranova in Canada. Mettendosi in società con il commerciante londinese Thomas Bridge, nel 1772 patentò un concentrato o essenza di Spruce che permetteva di produrre grandi quantità di birra. Questo prodotto fu successivamente inviato a bordo della nave Rainbow, il cui capitano Collingwood, unitamente al medico di bordo, lo impiegò come indicatogli per preparare la Spruce Beer. Nel resoconto inviato al Segretario dell’Ammiragliato in data 8 settem-

*La bevanda
si diffuse su larga
scala grazie
alle proprietà
medicinali che
contrastavano
lo scorbuto*



bre 1773, si dichiarava che, a seguito della somministrazione di tale bevanda ai membri dell'equipaggio, non vi furono casi di scorbuto a bordo.

Visti i risultati ottenuti, il concentrato di Taylor venne costantemente inserito negli approvvigionamenti delle navi dell'Ammiragliato e di quelle che prestavano servizio nella East India Company. La Spruce Beer divenne una delle bevande preferite dei marinai ed anche degli ufficiali, i quali però spesso aggiungevano una certa quantità di distillato alla birra, per renderla più gustosa per i loro palati. Questa sorta di birra rinforzata prese il nome di Callibogus, anche scritto sia Calibogus sia Calabogus.

Confrontando le poche citazioni che si hanno a riguardo, pare che il distillato per eccellenza da aggiungere fosse il Rum, probabilmente perché già presente nelle scorte di bordo e perché ben abbinabile alla Spruce Beer fermentata a partire da melassa. Il Rev. Lewis Amadeus Anspach, vissuto in Newfoundland dal 1799 al 1812, una volta rientrato in

Inghilterra scrisse un racconto sulle vicende che affrontò in quelle terre. Tra le varie descrizioni egli sottolineava che alcune persone, dai gusti particolari, erano soliti mescolare questa birra con distillato invece che con acqua: era chiamato Callibogus Secondo quanto raccontato da D.W.Prowse in "A History of Newfoundland" del 1895, Calabogus era il drink per eccellenza degli ammiragli, composto da Rum, melassa e Spruce-Beer, bevuto al motto di "The Pope and Ten Dollars" che significava "Dieci Dollari a Quintale di pesce". Il "Dictionary of Americanisms" del 1859 di John Bartlett menzionava solamente Rum e Spruce Beer sotto la voce Calibogus, bevanda americana.

Sebbene non vi siano informazioni etimologiche certe riguardo questo nome, si sa che Callibogus aveva anche 2 varianti. Una era l'Egg Calli, in cui si scaldava il Callibogus con aggiunta di uovo e zucchero (una sorta di Egg Nog), l'altra era il King Calli, probabilmente il mosto della birra non totalmente fermentato a cui si doveva aggiungere il distillato e si beveva caldo. Nonostante il Callibogus sia una bevanda ormai del tutto dimenticata, così non è per la Spruce Beer odierna, che, essendo parte del patrimonio culturale di varie popolazioni provenienti da continenti diversi, merita comunque di essere mantenuta nella memoria collettiva.

La storia della Spruce Beer è la dimostrazione di come un prodotto nato per esigenze e scopi medicinali, abbia intrapreso un percorso evolutivo molto diverso e largamente diffuso geograficamente attraverso le rotte marine di tutti i continenti.

Luca Rapetti



PLANTATION

— RUM —

LES GRANDS CRUS DU RHUM



I RUM PLANTATION SONO PIÙ BUONI SE CONSUMATI RESPONSABILMENTE

WWW.PLANTATIONRUM.COM

IN MEMORIA DEL CONTE

Un classico della New Orleans Pre-Prohibition

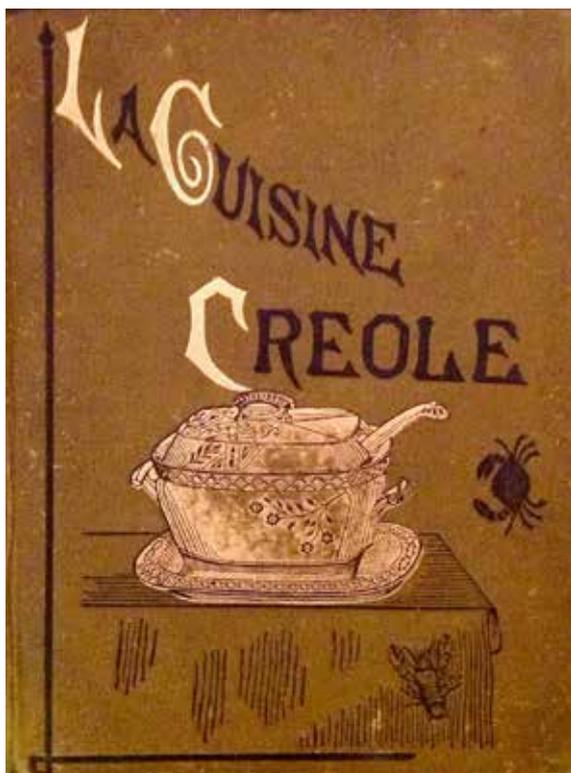
DI ALESSANDRO PALANCA

Nel 1885 il giornalista e scrittore Lafcadio Hearn pubblicò il libro “La Cucina Creola” una collezione di ricette che includevano anche una serie di drink. C'erano anche delle ricette di Pousse Café, già noti prima della Guerra Civile ma ancora in voga e presenti con una interessante serie di varianti. Tra questi vi era un drink caldo, il Grand Brule, che l'autore definiva «The Grandest Pousse Cafe of All». La ricetta

consisteva in Brandy, Kirsch, Maraschino, cannella e allspice. Tuttavia la ricetta era riconducibile per forma e consumo a un punch che veniva servito dopo il caffè.

La bowl si piazzava al centro della tavola, nel mestolo necessario per servirsi venivano posti delle zollette di zucchero ricoperte di Brandy. Questo veniva acceso e il liquido fiammeggiante veniva versato lentamente nella bowl. Per creare un effetto scenico si abbassavano le luci. «Il riverbero delle fiamme tremolanti sui volti dei commensali – annota Hearn – creava delle smorfie che sfociavano in esilaranti risate». Altre ricette presenti nel testo erano due Gin Fizz (uno con seltz e albume di uovo, l'altro con Vichy-Celestins water e tuorlo d'uovo), un Jamaica Punch, un Ponche Romaine (una miscela agitata di Whiskey, Jamaican Rum, zucchero, limone e acqua). Altri drink erano il Whiskey, Brandy e Gin Cocktail New Orleans Style. Questi includevano i dash di due tipi di bitter tra Boker's, Angostura e Peychaud's, e gli immancabili zucchero, buccia di limone e acqua, stirrati e filtrati in cocktail glass.

Acqua e zucchero erano una costante in presenza di limone, uova e bitter. Dall'equilibrio di questi ingredienti basici





sarebbero nati i drink che avrebbero reso New Orleans famosa.

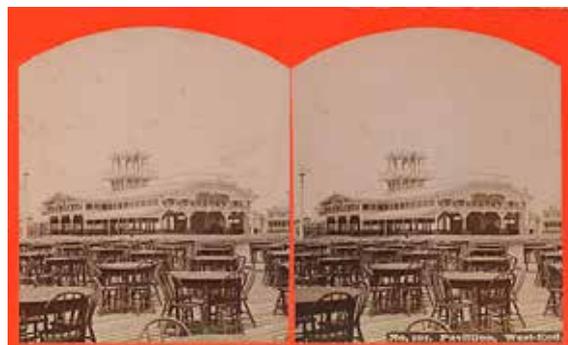
Tra i grandi drink della New Orleans Pre Prohibition ve n'è uno dimenticato. Il suo nome lascia intendere una certa raffinatezza: Roffignac. Questo drink prese il nome da Joseph Roffignac, una persona al tempo ben conosciuta e influente a New Orleans, dal titolo altisonante, Conte Louis Philippe Joseph de Roffignac. Quest'uomo era un francese trasferitosi a New Orleans dove si affermò come abile uomo di affari e politico.

Roffignac era nato ad Angouleme il 13 settembre 1773, nipote della Duchessa di Orleans, e si guadagnò onore militare nell'esercito francese. Trasferitosi in



GUERRA CIVILE
 IN ALTO LA BATTAGLIA DI NEW ORLEANS. QUI A SINISTRA LAFCADIO HEARN E IL CONTE ROFFIGNAC.

Louisiana partecipò alla battaglia di New Orleans del 1815 dove si distinse guadagnandosi il grado di brigadiere generale per poi divenire colonnello della Legione



ORIGINE
QUI SOPRA LA
MANNESSIER'S
CONFECTIONERY.
A DESTRA LA
MANNESSIER'S
PAVILLON.
SOTTO, IL
SETTIMANALE
HARLEQUIN.

Louisiana. Joseph Roffignac fu direttore della Banca di Louisiana, decimo sindaco di New Orleans dal 1820 al 1828 e durante i suoi mandati le strade della città furono pavimentate e illuminate per la prima volta, istituì il corpo dei pompieri e si dedicò alla diffusione del verde in città. Tuttavia Joseph Roffignac decise di tornare in Francia negli ultimi anni della sua vita. Si ritirò nel suo castello di Périgueux dove morì il 29 agosto 1846.

Roffignac era un *bon vivant* del tempo, non fu l'inventore del drink e con certezza non assaggiò mai il drink con il suo nome perché questo sarebbe apparso molto tempo dopo, almeno stante le tracce del cocktail sui libri.

La prima apparizione del cocktail Roffignac sembra essere stata presso la Mannessier's Confectionery una pasticceria in Royal Street che serviva cibo, gelati e caffè, e disponeva anche di un pavillion omonimo. Nel 1899 la guida del Carnevale edita dal settimanale

Harlequin di New Orleans incluse Mannessier's tra gli hot spot locali insieme al Sazerac Saloon e all'Imperial Cabinet Saloon. L'opuscolo citava Mannessier's per la reputazione del cocktail Roffignac. Tutte le ricette pubblicate di questo drink rimandano a quella citata da Stanley Clisby Arthur in "Famous New Orleans Drinks and How To Mix 'Em" del 1937. È un mix molto semplice: 1 jigger (1-1/2 oz) di Whiskey e 1 pony (1oz) di sciroppo di lamponi e soda a colmare. L'autore sottolinea che si può sostituire il Whiskey con il Cognac utilizzato originariamente, e lo sciroppo di lamponi con un preparato chiamato red hembarig. Questo era uno sciroppo molto popolare a New Orleans al tempo.

Sostanzialmente si parla di un Whiskey & Soda con sciroppo di lamponi. La

Roffignac non fu l'inventore del drink che molto tempo dopo fu a lui dedicato

“NON FARÀ DI TE UNA CATTIVA PERSONA.”



**TRANQUILLO,
NON SAREMO
CERTAMENTE NOI A
GIUDICARTI PER
UN GARNISH
“IMPEGNATIVO”**

TitosVodka.com

COMPAGNIA
DEI CARAIBI

Distillato per essere assaporato responsabilmente.



It's Time NOW to Buy SODA FOUNTAIN SUPPLIES

The Soda Fountain Season will soon open. How are you fixed to take care of your share of the new business? Can you handle it economically—and profitably? Have you enough ice cream dishes, water glasses and other supplies to enable you to serve your trade quickly and satisfactorily? NOW is the time to buy Soda Fountain Supplies—and Loubat's is the place to buy them. Stocks are fresh, new and complete and Loubat's prices, as usual, are right. Make up and mail your "want list" to Loubat's today. (P. S. Don't forget your Tables and Chairs.)

Sanitary Soda Straw Jars
This Soda Straw Dispenser has many advantages, and it will surely attract the attention of the trade. Each 1-oz.

Stones' Soda Straws
\$1.000 by case \$9.50
\$2.000 by case \$18.00
\$3.000 by case \$26.50
\$4.000 by case \$35.00
\$5.000 by case \$43.50
Wholesale quantity and conditions in the book and the cover. In individual paper containers. Sanitary drinking glasses in each book price, 1.50.

The Rotary Ice Shaver
This shaver is made to shave directly into a glass. Waste lost and unnecessary. Each \$10.

Jack Frost Ice Shaver
Hand power shaver made to shave directly into the glass. Operates easily and saves much valuable time. Each \$10.

Loubat's Syrups
Obtainable in the following flavors in one-gallon jars—Bourbon, Blueberry, Raspberry, Strawberry, Vanilla, Lemon, Orange, Peppermint, Spearmint. The above syrups in regular form, 1 qt a gallon. In concentrated form, 1 qt a gallon. In concentrated form, 1 qt a gallon.

Lemon, Orange and Chocolate in regular form, 1 qt a gallon. In concentrated form, 1 qt a gallon.

Loubat's carries a full line of Unadorned Flavors in all sizes. Write for full list and prices.

COCO-COLA
Syrup in Half-Gallon, Kegs and 1-Gallon Sizes.

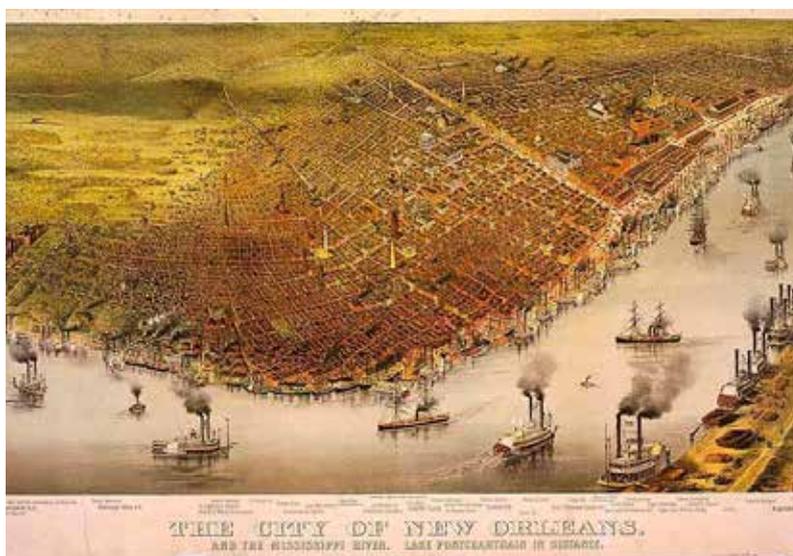
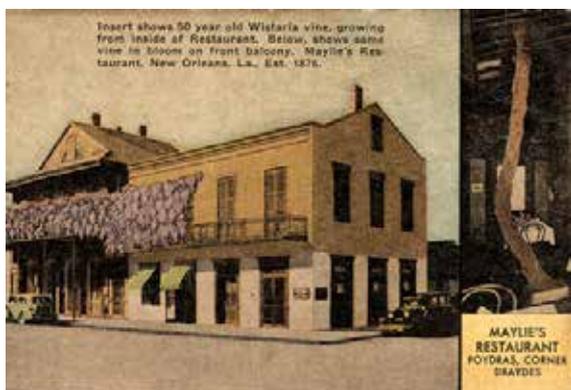
Yankee Ice Shredder
This is something every soda fountain ought to have. Made of good, heavy metal; will not rust. Blade can be removed for sharpening. Pinned at correct angle for easy shoring. Easy to operate. Shaves ice quickly. Each 75c

Ice Cream Dishers
Loubat recommends the well-known Gilchrist Ice Cream Disher. Made of heavy nickel-plated metal. It is an ice cream disher that always works satisfactorily and will not rust. Made in following shapes:

differenza tra i due sciroppi? Il red hembarig di cui parla Stanley è una contrazione inglese delle parole tedesche himbeer (lamponi) e essig (aceto), cioè, red himbeeressig, aceto di lamponi. Questa glassa oggi è normalmente usata come condimento per insalate, ma al tempo era conosciuto come un medicinale. Infatti le ricette di aceto di lamponi e sciroppo dello stesso appaiono in molti te-

sti medici del 1800 anche se il "National Dispensary" non gli attribuiva particolari virtù salvo un sollievo per stati febbrili e prescritto allungato con acqua.

Durante la Guerra Civile il New York Times suggeriva l'aceto di lamponi come un rimedio per abbassare la febbre



e curare alcune ferite. Come per altri preparati: perché aspettare di essere malati per consumarlo? Nella New Orleans del tempo la figura del farmacista e del bartender si configurava spesso nella stessa persona che gestiva, guarda caso, anche una soda fountain. Quando questi scoprirono che lo sciroppo di aceto di lamponi donava ai drink un sapore gradevole e che l'ingrediente era facilmente reperibile non

ci pensarono due volte a usarlo in quantità. Mannessier's Confectionery fu tra i primi a utilizzarlo per caratterizzare il suo Cognac/Whiskey & Soda, il Raffignac divenne il suo signature drink.

Mannessier's chiuse i battenti nel 1914 ma il drink trovò nuova vita presso il Maylie's Restaurant in Poydras Street. Questo ristorante al tempo era considerato, per importanza, secondo solo ad Antoine's. Il Raffignac sopravvisse al Proibizionismo e rimase il signature drink di Maylie's sino alla sua chiusura nel 1986. Da allora la ricetta si è trasformata in un blend di Cognac e Rye con soda e granatina. Per provare la versione originale del Raffignac si consiglia di prepararlo con del Cognac e dello sciroppo di aceto di lamponi preparato secondo le indi-



cazioni di Jerry Thomas. Il drink avrà un carattere dolce e piccante, complesso, il kick dell'aceto sarà ammorbidito dallo zucchero e dai lamponi.

Alessandro Palanca

IL DRINK
IN ALTO IL
MAYLIE'S
RESTAURANT E
UNA STAMPA DI
NEW ORLEANS.
QUI SOPRA IL
ROFFIGNAC
COCKTAIL.



FOCUS SUL BELPAESE

L'Italia protagonista della quarta edizione della kermesse portoghese

DI JOHNATAN FERRI ABARBANEL

Le dimensioni del mercato spirits del paese ospitante, il Portogallo, saranno modeste, ma il Lisbon Bar Show giunto alla sua quarta edizione si è ormai affermato come un evento di rilevanza internazionale. La kermesse ha avuto luogo il 16 e 17 maggio nella suggestiva cornice del Convento do Beato. Costruito per volontà testamentale della Regina Isabella nel 1456, la struttura offre uno spazio decisamente più accessibile e ampio rispetto alla location degli anni passati. «È un investimento non indifferente, ma avendo già organiz-

zato altri eventi so che ne vale assolutamente la pena. È fondamentale per noi che la struttura abbia tradizione e storicità rispetto a un asettico palazzo congressi» spiega Alberto Pires, fondatore di LBS a BarTales. Il tema portante di LBS 2017 è stata l'Italia. Già co-protagonista de facto delle passate edizioni del LBS, quest'anno era evidente l'ispirazione al belpaese con una lounge vip adornata di bandiere tricolori e uno chef privato che proponeva un menu di piatti tradizionali della penisola. Il programma ha offerto 38 seminari dislocati su tre sale, dove



EVENTO
NELLA FOTO AL
CENTRO
ALBERTO
PIRAS.

un relatore su quattro era italiano. Tra questi, Filippo Sisti di Carlo e Camilla in Segheria, Leonardo Leuci e Antonio Parlapiano del Jerry Thomas, Flavio Angiolillo del Mag\1930, Francesco Pirineo per Vermouth Carlo Alberto e molti altri. Anche Jan Burrell ha omaggiato l'Italia con un seminario a tema Tiki "What if Tiki Was Inspired by Italy?".

«Vogliamo mantenere il ruolo chiave dei personaggi e dei prodotti italiani al LBS anche nei prossimi anni quando il tema sarà dedicato ad altri paesi, e per questo siamo in contatto con la vostra ambasciata e collaboriamo con organizzazioni del commercio italiane per creare un padiglione dedicato. Ciò permetterà a molti piccoli produttori senza grossi budget di avere uno spazio adeguato» continua Pires. Dopo il grande successo di LBS 2016, tutto esaurito con 4000 ingressi, Alberto Pires si è detto certo di contare a fine evento 5000 unità presenti, grazie anche a un forte investimento sulla comunicazione. Coadiuvato dall'agenzia di PR Green Media che segue il

LBS dalla primissima edizione, un team di 10 persone si è occupato di LBS Channel, un canale streaming non-stop dalla fiera e di un servizio di comunicazione a 360 gradi su tutti i principali social media «LBS diventa sempre più grande ma non cambia la sua identità - sottolinea Alberto - abbiamo aperto a nuovi trend come la birra artigianale e locale, ma il focus è sempre sui professionisti del bere miscelato e tale rimarrà. In Portogallo abbiamo parecchi eventi dedicati al vino, quindi dobbiamo rimanere concentrati sulla nostra area fondamentale, il bartending del più alto livello, cercando di attirare solo gli operatori e non il pubblico generalista».

La fiera e la scena del bartending locale crescono insieme. «È un rapporto a doppio senso, più cresce la industry por-

*Tema
portante
di LBS 2017
è stata
la centralità
dei prodotti
italiani*



LISBONA

A DESTRA
RICCARDO
MARINELLI E
FRANCESCO
BONAZZI.



toghese più cresciamo noi e la clientela. Basti pensare che fino a poco tempo fa, alla vigilia del primo LBS, eventi quali Diageo World Class e Bacardi Legacy non prendevano in considerazione il Portogallo, oggi invece hanno interi padiglioni dedicati» conclude Pires. «È evidente che si è preferito avere meno affluenza

ma una partecipazione più preparata e professionale, attenta alla qualità e all'artigianalità» commenta Francesco Bonazzi dallo stand Family allineandosi al feedback di molti altri espositori intervistati da Bartales. «Moltissimi di noi barman portoghesi non conoscono a fondo le categorie merceologiche, quali



EXCEPTIONAL AGED
PUERTO RICAN RUM



INFO@GHILARDISELEZIONI.COM

#AssaporailMondoNelTuoBicchiere





BAR SHOW
IN ALTO, TIAGO SANTOS. QUI SOPRA, PIRAS E LO STAFF LBS.

ad esempio il Vermouth, ma si nota un altissimo apprezzamento per prodotti di nicchia, artigianali, e soprattutto per le storie dietro al brand» rivela Tiago Santos, bartender allo stand di Vermouth Carlo Alberto.

«Ci aspettavamo dai portoghesi un palato decisamente tendente al dolce, invece siamo rimasti sorpresi da quanto vengono apprezzati i nostri prodotti più secchi, e quanto siano interessati a categorie che non conoscono, quali i

compound Gin, e soprattutto alle storie dietro alla creazione di questi prodotti», commentano dallo stand di 'Del Professore'. «LBS è molto ben organizzato e ha, dal punto di vista B2B, un respiro più locale rispetto a quello globale di Berlino. Siamo qui per la prima volta e ne siamo molto contenti, tra i nostri obiettivi infatti c'è quello di selezionare un importatore per il Portogallo, mercato che vediamo essere molto ricettivo, soprattutto a elementi qualitativi quali l'uso di ingredienti



BAR SHOW

SOPRA FILIPPO
SISTI
IN BASSO A
SINISTRA
FLAVIO
ANGIOLILLO.



100% naturali», aggiunge Fabrizio Della Valle di J Gasco.

E poi Leonardo Leuci di Del Professore Brands: «in tutta Europa si nota un aumento qualitativo degli eventi di settore, e LBS non fa eccezione con un ottimo spazio e tutte le major presenti. Le aziende sono attratte dalle grandi potenzialità del mercato locale, dove ci sono alti consumi di prodotti di basso profilo che possono essere conquistati da prodotti premium. L'impostazione è da grande fiera internazionale, senza troppi speaker e prodotti portoghesi, anche la parte educational é allo stesso livello delle fiere di UK, Francia e Germania, e quindi molto avanti per una audience locale ancora agli inizi della cocktail revolution» conclude Leuci. Tra le più interessanti proposte locali troviamo la novità Mavem, «aguardiente vinica», ovvero Brandy, ispirato agli esploratori portoghesi del 16esimo secolo, distillato 3 volte da vino di uve



BAR SHOW

SOPRA MAURO MAJOUR.
A DESTRA LUCA CINALLI.



locali e invecchiato 8 anni in piccoli barili in condizioni di estrema escursione termica. Un'altra novità locale è la presenza di piccoli produttori di Brandy della zona di Lourinha, una delle pochissime aree di produzione di Brandy con denominazione di origine, sicuramente tra le più piccole e meno conosciute. Novità degne di nota sono anche Family 2017, un bitter a base di spiced Rum e ispirato

negli ingredienti ai viaggi di Marco Polo, e Gin Biologico Toscano, della distilleria D.E.T.A di Barberino. «Avere piccoli brand è fondamentale - dice Pires - e diamo sempre la possibilità di acquistare uno spazio anche a chi non dispone di grossi budget». In conclusione, un successo che ha affermato il LBS come uno dei principali appuntamenti a livello internazionale. Ma qual è il segreto per mettere

IT MAY BE
THE SECRET OF HERBS,
THE PUREST MOUNTAIN WATER,
OR THE SPIRIT OF THE TEA.



IT'S HARD TO TELL.
IT'S A HEART THING.

TATRATEA * LIQUORI AL TÈ * SLOVACCHIA



BEVI RESPONSABILE

INFO@CHILARDISELEZIONI.COM



prepotentemente sul radar della bar industry globale una fiera in una nazione poco associata col bere miscelato? «Non abbiamo segreti – risponde Pires – la nostra prima occupazione non è la vendita di slot al prezzo più alto possibile, ma l’ospitalità guidata dalla passione, migliorando costantemente l’esperienza dei nostri ospiti che ci premiano anno dopo anno tornando a trovarci». E non a caso è la stessa filosofia, si potrebbe aggiungere, che si trova in ogni buon bar.

Johnatan Ferri Abarbanel





EDINBURGH GIN DISTILLERY

SITUATA NEL CUORE DELLA CAPITALE SCOZZESE



BEVI RESPONSABILMENTE

ORIGINAL

TIPICAMENTE SCOZZESE
RINFRESCANTE 43°

SEASIDE

MINERALE E IODATO
L'ESSENZA DELLA COSTA 43°

CANNONBALL

DECISO E PUNGENTE
DOPPIO GINEPRO 57,2°

TOP FLAIR

A Roma, sfida mondiale tra i giganti del flairtending

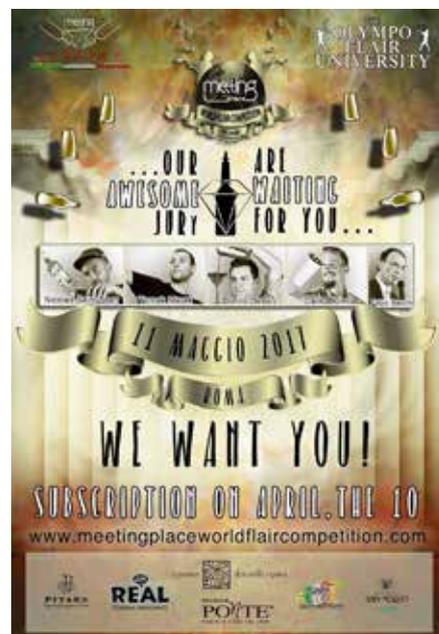
DI FABIO BACCHI

Sono ormai tre anni che nel mese di maggio Roma diventa la capitale del flairtending mondiale. L'edizione 2017, la terza, della Meeting Place World Flair Competition ha coinvolto oltre 70 concorrenti provenienti da tutto il mondo divisi tra le categorie Pro e Semipro.

Tra i primi, i giganti del flairtending, protagonisti assoluti in cima alle classifiche mondiali delle top competition di

settore, che ogni anno ambiscono al ricco montepremi che sfiora i 100.000,00 euro. La lunga giornata iniziata con le qualifiche che decidono i dieci finalisti di ogni categoria ha richiamato un pubblico di centinaia di appassionati. Svilgendosi sullo stage di un bar in piena e normale attività la formula della MPWFC è molto coinvolgente anche per il pubblico che ha la possibilità di assistere dal vivo alle performance dei flairtender.

Musica, incitamenti, grida di giubilo per i movimenti riusciti, o esclamazioni di malcelato disappunto per quelli meno, accompagnano le esibizioni dei bartender. In una flair competition si osserva lo sforzo di una disciplina molto fisica che cerca di armonizzarsi con la ricerca di eleganza e morbidezza dei movimenti. Il risultato è una personale coreografia nella quale ogni bartender utilizza i bar-tools come fonte di ispirazione per disegnare routine che diventino espressione del suo stile. È indubbio che a livelli così alti il flair assuma la connotazione di una disciplina sportiva nella quale determinati risultati possono arrivare solo dopo anni di duro allenamento fatto di ore di impegno giornaliero e concentrazione mentale.





Ma è importante considerare che i flairtender più attenti sanno ben scindere la modalità gara, l'exhibition flair, da quello che è l'aspetto lavorativo del quotidiano. Ciò consente di esprimersi come un qualsiasi bartender, con le tecniche di working flair che permettono velocità e precisione di esecuzione. Il risultato che ne scaturisce permette al locale con il giusto contesto di offrire un prodotto di qualità. Oggi le flair competition prendono in considerazione anche il giudizio di tasting del drink realizzato e sotto questo aspetto Roma non ha fatto eccezione. La giuria tecnica della MPWFC era composta da star del settore come Danilo Oribe e Dario Doimo, rispettivamente da Uruguay e Italia, già campioni del mondo, entrambi impegnati professionalmente a Las Vegas, dal polacco Tomek Malek, il più titolato al mondo e vincitore, unico caso, di tre Roadhouse consecutivi (la più importante gara al mondo), e da Nicholas Saint Jean, quest'ultimo considerato un'icona storica del flairtending e ideatore delle

routine che hanno identificato e ancora segnano un'epoca.

I parametri di giudizio tecnico della MPWFC sono molti e complessi. Tra questi: varietà, creatività e difficoltà dei movimenti, smoothness (fluidità della routine), balance (distribuzione delle varietà della routine nel tempo concesso), showmanship (interazione con il pubblico), music interaction (interazione della musica con la routine), e composure (la capacità del flairtender di gestire lo stage). Oltre questi parametri di giudizio le moderne gare di bartending inseriscono anche il giudizio del cocktail tasting affidato, questa volta, a Fabio Bacchi.

La MPWFC è la gara italiana attesa da tutto il circus del flairtending mondiale e le aspettative sulle performance dei

*La MPWFC
è la gara
più attesa
da tutto
il circo del
flairtending
mondiale*



LA GARA
IL VINCITORE, IL
RUMENO LUCA
VALENTIN.

partecipanti sono molte alte. Tra i concorrenti, introdotti sullo stage da Luigi Di Dieco, era palpabile la pressione che in questi casi accompagna anche i più esperti. Ha vinto il rumeno Luca Valentin che si è aggiudicato il primo premio consistente di 4.000,00 euro. Luca ha superato di soli 1,2 punti l'italiano Giorgio Chiarello che rappresenta indubbiamente la massima espressione del flairtending nazionale. Al terzo posto si è classificato il lettone Deniss Trifanovs che

ha sopravanzato il polacco Marek Poluszny, vincitore lo scorso anno, grazie a una migliore valutazione del cocktail tasting. Migliore donna partecipante, la rumena Daniela Istrate che è riuscita a rientrare, unica donna, nella finale a 10 dei professionisti, classificandosi settima assoluta e sopravanzando anche 3 colleghi uomini. Risultato eccezionale se si considera la fisicità di una disciplina che sotto questo aspetto limita fortemente le donne. Conferma arriva

“Solo gli imbecilli non sono ghiotti, si è ghiotti come poeti, si è ghiotti come artisti,,

GUY DE MAUPASSANT

THE GREEDY
PREMIUM ITALIAN GIN



...**ABBIAMO VOLUTO INTERPELLARVI! COSA ABBIAMO CHIESTO? DI "INTERPRETARCI"...**

...Siamo lieti di proporvi un'interpretazione di **Francesco Gattabia** Head Bartender del **PASTIS** di Bologna

CINICO GREEDY FIZZ 4,5 cl di the greedy gin; 1,5 cl di lime; 1 cl di simple syrup; 7 cl di soda alla salvia; 1 spruzzata di essentia al bergamotto. Spuma di Cinico in superficie. Enjoy!

#cinicheinterpretazioni #greedyinterpretations #greedygin #cinicoliquore #thegreedygin #cinico
www.abouten.it



“Cinico è colui che possiede l'arte di vedere le cose come sono, non come dovrebbero essere,,

OSCAR WILDE

ITALIAN PREMIUM LIQUEUR

On the rocks or Shake...

ABOUT
TEN

www.abouten.it



Cinico & Greedy
BEVI RESPONSABILMENTE

Tel. +39 393 9901367



LA GARA

IN ALTO, LE FASI DELLA PREMIAZIONE. AL CENTRO, A DESTRA, DARIO DI CARLANTONIO. IN BASSO A DESTRA ROMAN ZAPATA.





PARTECIPANTI

NELLE FOTO A SINISTRA, GIORGIO CHIARELLO. SOPRA, ALEXANDER SHTIFANOV. IN BASSO DANIELA ISTRATE.

anche dalla categoria semipro dove la romana Greta Mazzoni ha primeggiato sul rumeno Andrei Bertalan già allievo di Luca Valentin. Con questi risultati la MPWFC di Roma ha così dato appuntamento all'edizione 2018 a tutto il flair-tending mondiale che nel mese di mag-

gio ha animato la penisola partecipando alle tappe dell'Italian Flair Tour.

Fabio Bacchi

LE CLASSIFICHE

CLASSIFICA FINALE MPWFC – PRO

- 1 Luca Valentin – Romania
- 2 Giorgio Chiarello – Italia
- 3 Deniss Trifanovs – Lettonia
- 4 Marek Posluszny – Polonia
- 5 Alexander Shtifanov – Russia
- 6 Dario Di Carlantonio – Italia
- 7 Silvia Daniela Istrate – Romania
- 8 Daniele Russo – Italia
- 9 Roman Zapata – Argentina
- 10 Giorgio Facchinetti – Italia

CLASSIFICA FINALE MPWFC – SEMIPRO

- 1 Greta Mazzoni – Italia
- 2 Andrei Bertalan – Romania
- 3 Daniele Rotundo – Italia
- 4 Mattia Tammara – Italia
- 5 Florin Eduard Mocondureanu – Romania
- 6 Rinaldo Gyoka – Albania
- 7 Cosmin Cambozie – Romania
- 8 Marco Sabaraglia – Italia
- 9 Robert Pasarica – Italia
- 10 Domenico Nolletti – Italia



LA VITTORIA A MIRKO TURCONI

Ad agosto competerà per il titolo mondiale a Città del Messico

DI FABIO BACCHI

Anche quest'anno World Class Italia è giunta a proclamare il suo worldclass bartender 2017. Sono stati 30 i semifinalisti di World Class Italia 2017 visitati durante la prova "In The Bar Judging" dalla giuria itinerante di World Class Italia impegnata per tre settimane su tutta la penisola. Da questa lunga e attenta analisi dei concorrenti sono emersi gli otto finalisti che si sono ritrovati a Roma il 22 maggio per la finale

che ha eletto il rappresentante italiano al global event. Sede dell'evento della settima edizione di World Class Italia è stato il Teatro Quirinetta.

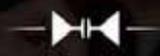
World Class si evolve e cambia ogni anno. Stare al passo con i tempi e con i nuovi trend del bere miscelato è la regola per quella che è palesemente interpretata come la più difficile e importante cocktail competition al mondo. Uno dei trend futuri sarà il ritorno dei grandi classici. Su



questo punto si sono concentrate le due prove per gli otto finalisti italiani messi alla prova sulle capacità di valorizzare il bartending. Nel primo challenge, “Fast & Curious”, i bartender hanno dimostrato la loro conoscenza dei grandi classici e la capacità di operare sotto pressione garantendo equilibrio e buona riuscita del drink. I concorrenti avevano a disposizione 8 minuti per preparare i cocktail indicati nell’ordine che preferivano.

L’esecuzione consisteva in un minimo di 3 fino ad un massimo di 8 cocktail classici preparati nella loro versione codificata. In questo caso non erano ammessi variazioni o twist. Durante i 20 minuti a disposizione per set up e presentazione, ogni concorrente è stato giudicato su presentazione dei drink, tecnica e fluidità nella costruzione dell’ordine di preparazione dei cocktail. La singolarità di questa prova era la impossibilità di andare in overtime, e oltre il tempo stabilito non si poteva più proporre alcun drink ai giudici.

Aviation, Martini, Bloody Mary, Moscow Mule, Mulata Daiquiri, Sazerac, Last Word, Hurricane: la lista dei drink ammessi a Fast & Curious. La seconda prova era “Fight For The Future” e consisteva nell’ utilizzare tecniche innovative per creare un


WORLD CLASS™

Finalisti
WORLD CLASS 2017

| | |
|--------------------------|----------------------|
| Avilla Alessandro | Mauri Giaime |
| Di Felice Camilla | Melfa Andrea |
| Di Ienno Matteo | Simmi Barbara |
| Iacca Pietro | Turconi Mirko |

Vi aspettiamo a Roma il 22 maggio 2017


WORLD CLASS™

Semifinalisti
WORLD CLASS 2017

| | | |
|-----------------------------|----------------------------|------------------------------|
| Abarbanel Jonatan | Di Ienno Matteo | Munguia Erick |
| Agricola Nicola | Favaron Elisa | Nigro Lorenzo |
| Avilla Alessandro | Ferro Cinzia | Pavel Roberto |
| Bisconti Alessandro | Fiore Pasquale | Ponti Franco |
| Boboc Emilia Maria | Iacca Pietro | Scamardella Salvatore |
| Bonazzi Francesco | Lorenzato Christian | Simmi Barbara |
| Ciampicali Matteo | Losquadro Daniele | Tatone Giuseppe |
| Cilla Mattia | Mauri Giaime | Turconi Mirko |
| Di Felice Camilla | Melfa Andrea | Vesentini Omar |
| Di Giacomo Jan Bruno | Menini Gabriele | Zulliani Stefano |

twist sul Margarita. I bartender potevano ispirarsi a film o racconti, design, colori, immagini, video, musica, tecniche di cucina avanzate o anche solo sulla semplicità ma con grande cura ai dettagli, ed essere in grado di raccontare una storia e spie-



Questa è stata la prova che ha esaltato la creatività dei concorrenti. Alcuni hanno puntato sull'aspetto emozionale con l'ausilio di supporti audio/video interattivi, altri su contenuti innovativi e più tecnici. Abbiamo visto le preparazioni con azoto liquido di Piero Iacca, quelle sotto vuoto e gassificate di Andrea Melfa, le sferificazioni di Matteo Di Lenno, concetti di multidimensionalità e "multiverso" come nel caso di Mirko Turconi, e di sostenibilità che hanno preso spunto dal film "The Martian", e anche ingredienti insoliti come il ghiaccio salato che ipotizzava un futuro utilizzo dell'acqua marina o delle rare pietre fossili utilizzate da Camilla Di Felice.

È importante considerare che sin dalle visite itineranti e sino alle prove finali i giudici si comportano da "consumatori" seduti al banco bar o a un tavolo. La giuria della finale ha visto la partecipazione di Agostino Perrone, Claudio Peri, Dennis Zoppi, Erik Lorincz e Dario Comini. Data la composizione internazionale della giuria, le prove della finale potevano essere svolte in italiano o in inglese, a scelta del finalista, che aveva comunque a disposizione un interprete per la traduzione simultanea dedicata al giurato non di madrelingua italiana.

Le singole prove sono state vinte rispet-



GRAFICA
SOPRA LA LICANDINA DELLA FINALE ITALIANA E, SOTTO, QUELLA MONDIALE DI CITTÀ DEL MESSICO.

gare l'ispirazione dietro al Margarita del futuro. In pratica: formulare una visione moderna senza perdere la filosofia del drink.

VILLA TEQUILA LOBOS

100%

DE AGAVE

Carlos Camarena



Imported and distributed by

PALLINI



tivamente da Andrea Melfa (speed round) e Camilla Di Felice (Fight For The Future). Dopo un confronto serratissimo, e sotto il vigile occhio di un notaio, sono emersi i primi tre classificati assoluti risultanti dalla sommatoria delle due prove, per l'accesso alla finalissima. Nell'ordine Mirko Turconi, Andrea Melfa e Giaime Mauri. La prova finale è stata una mystery box per testare la loro capacità di improvvisare un nuovo drink scoprendo i prodotti all'ultimo momento. Non era possibile ripetere un drink già esistente o un twist dello stesso. Nella mystery box erano disponibili 10 ingredienti a sorpresa e i concorrenti dovevano usarne almeno tre, oltre al distillato di base presente. Il tempo a disposizione per la preparazione del drink era di 7 minuti. Nella prova finale i bartender partivano tutti da zero senza considerare i punteggi precedentemente acquisiti nelle prime due prove.

Alla fine il World Class Italian Champion 2017 è stato Mirko Turconi. Il suo prossimo impegno in World Class sarà la partecipazione al boot camp che costituisce la fase preparatoria al global event che quest'anno si terrà a Città del Messico nel mese di agosto. E solo due mesi dopo sarà già tempo di World Class 2018.

Fabio Bacchi

LA GARA

NELLA
SECONDA FOTO
DALL'ALTO,
ALESSANDRO
AVILA.
SOTTO, GIAIME
MAURI.
IN ALTO A
DESTRA PIERO
IACCA.
QUI A DESTRA
CAMILLA DI
FELICE.



BEVI RESPONSABILMENTE



BERRY BROS & RUDD
WINE & SPIRIT MERCHANTS

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 - info@pallini.com

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

FUOCO DI HAITI

Bianco e cristallino è il distillato simbolo delle radici profonde dell'isola

DI ALESSANDRO PALANCA



Tra gli spirit vi sono molti esempi che godono di una reputazione che li definisce crudi, rustici, non raffinati, molto spesso prodotti con metodi artigianali. Molti sono originati dalla canna da zucchero, anche definiti genericamente aguardiente, alcuni da frutta come il Raki turco o balcanico, le Palinka dell'est Europa, anche da agave come la Raicilla messicana. Ancora oggi

la loro produzione è spesso frutto di una distillazione al limite del clandestino, e anche per questo motivo godono di una grande tradizione popolare, dai toni folkloristici. La storia di questi spirit è spesso complicata, con evidenti risvolti socio-culturali. In alcuni paesi costituiscono la più importante fonte di reddito, considerati con orgoglio nazionale fino ad assumere identità religiosa essendo oggetto di ri-



HAITI
UN DIPINTO
SULLA
RIVOLUZIONE
HAITIANA.
IN BASSO,
BOUKMAN.

tuali al limite tra il sacro e il profano.

Insieme al Mezcal, il più identitario e rappresentativo di questi distillati è sicuramente il Clairin, l'originario distillato di canna da zucchero haitiana. Il Clairin rappresenta la complessità della società civile haitiana. Questa affonda le sue radici nell'architettura sociale francese durante

la colonizzazione. Al suo apice vi era l'élite bianca dominante successivamente sostituita da una nuova classe sociale fatta di uomini liberi. Erano i discendenti mulatti degli schiavisti e della popolazione di colore forzosamente portata sull'isola in regime di schiavitù. I

mulatti erano il nuovo soggetto sociale, protagonisti della ribellione del 1791 che cambiò l'assetto sociale dell'isola. Si calcola che il numero degli schiavi ad Haiti superasse di 20 volte quello dei bianchi e la maggioranza di essi lavorava nelle piantagioni. Avevano origini molto diffe-



renti e appartenevano a differenti etnie con usi e lingue diverse. Queste diversità contribuirono alla nascita di una lingua nata dalla fusione di diversi idiomi africani.

Oggi il creolo è la lingua del popolo haitiano. La Rivoluzione Francese del 1789 ebbe un forte impatto sulla società razzista e schiavista della colonia. Ma inizialmente l'uguaglianza degli uomini proclamata dal nuovo ordine sociale francese non si applicava agli schiavi, né

*Il Clairin
insieme
al Mezcal
è il più
identitario
dei distillati
dell'isola*

PPS

PELLEGRINI PRIVATE STOCK

Top Quality Spirits



EROUVA®

PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

www.pellegrinispa.net

 Pellegrini Spa

Distribuito da Pellegrini S.p.A. Bevi responsabilmente.



ai mulatti né ai neri liberi. Le crescenti tensioni sociali spinsero gli schiavi a una ribellione. Il 14 agosto 1791 si svolse a Bois-Cayman una cerimonia del sacerdote voodoo Boukman e per molti questo fu l'inizio della Rivoluzione Haitiana. Il 22 agosto 1791 esplose la ribellione nel nord. Guidati da Boukman decine di migliaia di schiavi si sollevarono. Non solo uccisero molti bianchi ma distrussero le tenute agricole, che rappresentavano lo strumento dell'oppressione.

Boukman morì a novembre, in segno di monito la sua testa fu esibita a Le Cap, ma la lotta e lo stato di assedio non si fermarono. La Guerra d'Indipendenza haitiana dalla Francia si sarebbe conclusa nel 1804. Gli ex schiavi avevano costituito una nazione libera. Un nuovo disegno sociale contemplò lo sviluppo commerciale e delle città, i mulatti cominciarono a conoscere il senso dell'impegno politico e si avvicinarono a nuove professioni come quelle mediche e culturali. Le nuove



middle e upper class mulatte mantennero comunque un forte senso di vicinanza alla cultura francese mantenendo molte regole di vita, l'uso della lingua, il culto del cattolicesimo romano, ma anche il Taino, la religione dei nativi haitiani. In contrapposizione ai mulatti tra la popolazione di pelle scura era molto diffuso il culto voodoo, parlavano più creolo che francese, preferivano vivere nelle campagne piuttosto che nei centri urbani, nei loro rituali religiosi consumavano Clairin. Anche se con un po' di confusione, oggi, le rigide norme e struttura sociale di allora sono ancora vive tra la popolazione scura.

È soprattutto tra questa gente che ad Haiti il consumo di Clairin rimane un segno distintivo delle loro origini. La nuova upper class cittadina di lingua francese preferiva consumare Rhum (Barbancourt è haitiano) considerando il Clairin un



CANNA DA ZUCCHERO
 IN QUESTE PAGINE ALCUNE IMMAGINI DELLA PRODUZIONE E TRASPORTO DELLA CANNA. IN ALTO, LE FASI DELLA DISTILLAZIONE E DELLA PRESSATURA.

prodotto per la popolazione più povera e indigente che lo beveva anche a colazione con zucchero di canna. In pratica, un prodotto per gente di campagna. Inoltre,

PPS

PELLEGRINI PRIVATE STOCK

Top Quality Spirits



HIJA ILEGÍTIMA

PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DE QUALITÀ

www.pellegrinispa.net

 Pellegrini Spa

Distribuito da Pellegrini S.p.A. Bevi responsabilmente.



CLAIRIN VAVAL
 RHUM PUR JUS DE CANNE
 51,1% vol. Distillerie Arawaks
 Cavaillon - Haiti 70 cl e

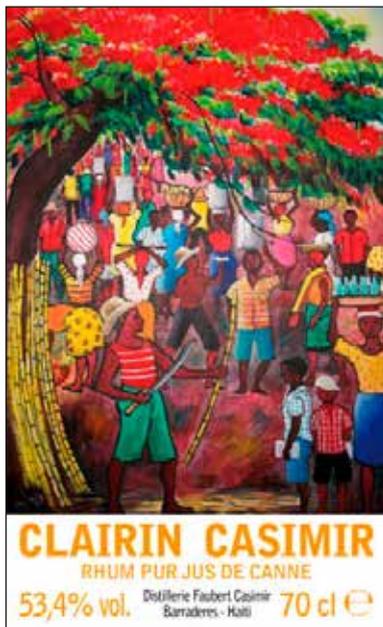
l' uso di Clairin durante i riti vodou, considerato una pratica spirituale diabolica da cattolici e protestanti, non ne favoriva l'immagine presso i consumatori di città. Il Rhum, quindi, era generalmente considerato un prodotto più rispettabile rispetto al Clairin, migliore di qualità e divenne una fonte economica molto importante.



ECONOMIA
 IN ALTO, UNA
 PIANTAGIONE
 DI CANNA DA
 ZUCCHERO.
 QUI SOPRA IL
 GALLO DI HAITI.

Oggi la visione del Clairin è cambiata. La sua qualità è migliore, è considerato un simbolo nazionale haitiano e genera economia, sicuramente la massima espressione terroir dell' isola. La differenza con il classico Rhum va oltre l' aspetto generalmente chiaro e cristallino del Clairin. Ad Haiti la biodiversità si esprime con una ricchezza altrove poco riscontrabile. Per la produzione di Clairin si utilizzano varietà di canna da zucchero autoctone coltivate in loco senza l' utilizzo di diserbanti o pesticidi, non ibride. La raccolta e il trasporto della materia prima viene effettuato a mano e il trasporto quasi sempre con trazione animale.

Il succo di canna da zucchero viene



sottoposto a una lunga fermentazione con lieviti autoctoni che può durare anche 7-8 giorni in tini di legno (chais). I mosti fermentati hanno un'aromaticità

LA DICITURA CLAIRIN 22

(Fonte Velier)

È stata oggetto di congetture di tutti i tipi per capirne il significato. La spiegazione sta negli alcolometri che ad Haiti includevano non solo la scala Gay Lussac, che misura la percentuale di alcool da 0% a 100%, ma anche la scala di Cartier, ormai caduta in assoluto disuso nel resto del mondo, che esprime il grado alcolico di un liquido da 10 a 44 gradi, e quindi 22 gradi Cartier corrispondono a 55% Gay Lussac. Sono prodotti anche il Clairin 21, il Clairin 20 e il Clairin 18, che corrisponde al 42% vol.

La maggior parte dei Clairin non sono imbottigliati. Le distillerie più grandi, come Nazon, Vales e Audin, vendono in grandi quantità all'ingrosso, mentre le distillerie più piccole vendono in drum da 55 galloni al dettaglio. Per una questione di risparmio sono i consumatori a recarsi con il recipiente al negozio.

Ma il fascino di questa tradizione non deve far pensare che tutti i Clairin siano speciali, anzi, ne esistono molti assolutamente velenosi e improponibili alla degustazione. D'altra parte, però, diversi produttori, veri artisti, riescono a produrre dei Clairin talmente tipici nei profumi e nella complessità gustativa che possono forse essere comparati solo ai Mezcal tradizionali single village.

unica, sempre diversa tra loro ed in grado di esprimere la provenienza terroir e la tipologia di canna da zucchero. Ad Haiti vi sono diverse centinaia di piccoli impianti di distillazione, minuscole produzioni famigliari, spesso difettose ma assolutamente tradizionali.

Solitamente si impiega un'unica distil-



#SherryRevolution

lazione ma oggi non sono rare le doppie distillazioni. Dagli artigianali e primitivi pot still quasi interamente in legno, con pochissimi piatti di rame, uno scaldavino, si avrà uno spirito con una percentuale abv compresa solitamente tra il 50% e il 58%. Le sue note presentano un carat-

tere disegnato sul vegetale ed erbaceo, leggermente affumicato e balsamico, con ricordi di frutta tropicale. La gradazione standard di 55° è definita Clairin 22 (vedi box). In Italia i Clairin sono importati dal gruppo Velier.

Alessandro Palanca

RICETTE CLAIRIN

ES di Giulia Galeotti Finest Drink's Room – Magenta (MI)

INGREDIENTI

- 1,0 oz Clairin Sajous
- 1,0 oz Ferrochina Baliva
- 1,0 oz New Tea Spirits
- 4 gocce teapot bitter
- 2 gocce lime

Tecnica: Stir & Strain.

Glass: coupette. Garnish: no



DOBLE di Dora di Tano Lo Straccale – L'Aquila

INGREDIENTI

- 45 ml Clairin Casimir
- 15 ml honey mix infuso con menta e limone
- 15 ml Chartreuse vert
- 1 dash Aromatic Bitter

Tecnica: Stir & Strain. Glass: coupette.

Garnish: olio di limone vaporizzato



TRAMONTO A LABADEE di Tiziana Borreani

The Balance – Savona

INGREDIENTI

- 4,0 cl Clairin Casimir
- 3,0 cl sciroppo di banana e curcuma
- 3,0 cl succo di lime
- 1,5 cl albume

Tecnica: dry shake, wet shake, double strain. Glass: coupette con rim di sale all'ibisco

Garnish: spolverare con mix di curcuma e liquirizia



SWEET HAITI di Beatrice Marri Caffè Chieli – Sansepolcro (AR)

INGREDIENTI

- 5,0 cl di Clairin Sajous
- 2,0 cl succo lime
- 5,0 cl di estratto d'ananas e passion fruit
- 1,0 cl di sciroppo vaniglia e rosmarino hm
- 3 dash Angostura
- Top di ginger beer

Tecnica: shake and strain. Glass: tumbler alto. Garnish: rosmarino fresco



OLD FASHION di Sara d'Andria Taranto

INGREDIENTI

- 4,5 cl Clairin Vaval
- 2,0 cl sherbet di agrumi
- 2,0 cl succo mandarino
- 1,5 cl succo lime
- 1,0 cl Crema di Cacao bianca
- 1,5 cl Vermouth bianco

Tecnica: shake & strain. Glass: coupette. Garnish: lime peel



AME LIBRE di Chiara Gioffreda Antica Tenuta – San Rufo (SA)

INGREDIENTI:

- 3,5 cl Clairin Vaval
- 1,5 cl Orange Curacao Ferrand
- 0,5 cl sherbet agli agrumi
- 0,5 cl sciroppo di maracuja hm

Tecnica: shake & strain. Glass: coupette. Garnish: ribes e fiori di sambuco



Ron
ABUELO
PANAMA



*"Se il mondo dovesse scegliere una capitale, l'istmo di Panama
sarebbe il posto più ovvio per ricoprire questo alto ruolo."*

Simon Bolívar

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A.

TEMPO DI CILIEGIE

Quelle acide sono fondamentali in molti liquori della tradizione italiana

DI GIOVANNI CECCARELLI

I ciliegio è una pianta che appartiene alla famiglia delle Rosaceae e al genere Prunus, la stessa di pesche, albicocche, mandorle e susine. Con questo termine si individuano le piante appartenenti alle specie Prunus avium e Prunus cerasus. Le piante appartenenti a queste due specie differiscono, oltre che dal punto di vista morfologico, come vedremo tra poco, soprattutto per il gusto dei frutti. Infatti, i frutti del Prunus avium, sono le ciliegie che comunemente consumiamo fresche, le ciliegie dolci, mentre le ciliegie del Prunus cerasus sono le ciliegie acide.

Nel mondo della miscelazione hanno da sempre avuto un ruolo più importante le ciliegie acide perché queste ultime sono ingrediente fondamentale di tanti liquori della tradizione italiana. Il ciliegio dolce, conosciuto anche come ciliegio selvatico, è originario del continente europeo,



comprese alcune zone della Russia e del Medio Oriente. Il nome specifico avium deriva dal latino e vuol dire 'degli uccelli'. È una pianta decidua (perde le foglie durante l'inverno) che può raggiungere e superare i 20 metri di altezza. Il tronco è di colore marrone chiaro-grigiastro, oppure scuro, vagamente lucido. I fiori sono di colore bianco e la fioritura avviene nel periodo primaverile, così come la nascita delle nuove foglie.

Anche se non si tratta delle due specie che stiamo analizzando in questo articolo è particolarmente famosa e spettacolare la fioritura dei ciliegi in Giappone. Il frutto del Prunus avium, la ciliegia dolce, è una drupa con diametro di circa 2cm, anche se esistono varietà che producono questo frutto con diametro maggiore. Il colore può variare dal rosso chiaro al rosso scuro (viola). Commercialmente c'è chi divide le



cultivar di ciliegio dolce in due categorie fondamentali: le tenerine, dalla polpa più succosa e tenera, e i duronì, più grandi e dalla polpa più compatta.

Citare le principali varietà coltivate di ciliegia dolce in Italia risulterebbe impossibile perché sono centinaia e tutte hanno forte limitazione territoriale, con distribuzione principalmente su mercati locali. Tutte di buona o ottima qualità. Il consiglio è quindi quello di approfondire la conoscenza delle cultivar presenti nel proprio territorio e valorizzarle in miscelazione. Per esperienza personale, posso consigliare, a chi si trovasse tra Bologna e Modena da metà maggio in poi, di assaggiare la Mora e il Durone di Vignola.

A livello mondiale i maggiori produttori sono Turchia, Stati Uniti, Spagna, Francia, Italia e Russia.

Le cultivar di ciliegio acido si dividono



VARIETÀ
QUI SOPRA LA
CILIEGIA
VIGNOLA.
A SINISTRA LE
MARASCHE.



ALBERI

SOPRA, ALCUNI CILIEGI IN GIAPPONE. A DESTRA, IL FIORE DEL CILIEGIO E LA CILIEGIA ACIDA.



invece in tre gruppi varietali: le amarene, le marasche e le visciole. La caratteristica che accomuna i frutti delle piante appartenenti a questi tre gruppi varietali è sicuramente il sapore acido e a volte leggermente amaricante. Dal punto di vista morfologico hanno delle differenze che, a seconda della varietà, possono essere più o meno marcate. In generale, le amarene sono leggermente schiacciate, di colore rosso chiaro, le visciole sono di colore rosso scuro e sono forse le più acide mentre le marasche sono più piccole, rotondeggianti e di colore rosso scuro. Oltre il frutto differisce anche la pianta: il *Prunus cerasus* è un piccolo albero che generalmente non supera i 4-5 metri di altezza.

In Italia la produzione di ciliegie acide destinate al consumo fresco è marginale, a differenza delle ciliegie dolci (l'Italia uno dei maggiori produttori al Mondo). Queste infatti sono destinate all'industria alimentare che le utilizza in preparazioni

dolciarie, di gelateria e nella produzione di confetture.

Le ciliegie sono non climateriche. Una volta raccolte non hanno una maturazione completa, ma vanno verso senescenza. È quindi di fondamentale importanza acquistare un prodotto che ci soddisfi già nel momento della scelta perché durante lo stoccaggio non ci sarà un miglioramento delle qualità organolettiche. La qualità del prodotto è determinata al momento della raccolta dall'albero (indicatore principale è il colore del frutto). Da quel momento in poi si può solo cercare di conservare il prodotto al meglio.

Parametri da tenere in considerazione nella valutazione della qualità sono il rapporto dolcezza-acidità, la compattezza della polpa e l'uniformità del colore. La temperatura consigliata nei lunghi periodi di stoccaggio (comunque inferiori alle due settimane), è di 0 gradi centigradi (congelano a circa -2). Se il consumo avviene



entro pochi giorni non è necessario conservarle a questa temperatura.

Oltre il frutto fresco, versatile e ottimo da utilizzare, nel mondo del bar sono molto famose le amarene Fabbri e Toschi o le marasche sotto sciroppo Luxardo. Inoltre

molto importanti sono i liquori alla ciliegia come, ad esempio il Sangue Morlacco prodotto da Luxardo, il liquore Ciliegia dell'Antica Distilleria Quaglia ed il Maraschino. Il Sangue Morlacco è ottenuto dalla lavorazione delle marasche, Ciliegia di Quaglia utilizza invece solo ciliegie dolci piemontesi mentre il Maraschino, ingrediente fondamentale dell'Aviation, del Martinez o talvolta del Daiquiri, è ottenuto distillando le marasche.

Giovanni Ceccarelli

GINEPRO DI TOSCANA

Sui colli fiorentini, la prima distilleria di solo Gin. Con cucina

DI GIULIA ARSELLI

È sorta a Firenze la prima distilleria italiana esclusivamente dedicata al Gin. Sulle dolci colline fiorentine si adagia il podere Castellare di Pelago, eco resort che ospita una micro-distilleria con un laboratorio specializzato sul Gin.

Non solo distilleria, ma un piccolo universo entro il quale avventurarsi per una juniper experience alla scoperta del Gin. Tra queste mura nasce Peter in Florence, un London Dry Gin che tende a rappresentare l'unicità del locale terroir grazie alla presenza di ingredienti quasi esclusi-

sivamente toscani, eccezion fatta per alcune botaniche non reperibili in Italia. Nell'alambicco studiato espressamente per questa distilleria passano ginepro e petali di iris toscani da agricoltura biologica e spezie certificate. L'acqua purificata e trattata per osmosi, proviene dal pozzo attiguo al podere. Le botaniche crescono nell'orto attorno al casolare e nei programmi aziendali vi è una forte strategia mirata alla formazione tematica per gli addetti ai lavori.

In tributo a Firenze, Peter in Florence Gin mette al centro del complesso botanico l'iris, icona della città, di cui vengono utilizzati non solo la radice, come da tradizione, ma anche i petali, cosa ben più rara.

È un classico London Dry Gin, ma con aspetti innovativo nell'uso dei botanical. Il complesso aromatico è costituito da quattordici botaniche provenienti da micro-produttori locali specializzati e bio. Oltre al ginepro e all'iris, vi sono scorza di bergamotto fresca e di limone essiccata, semi di cardamomo verde, bacche di rosa, fiori di lavanda e di rosmarino freschi. A questi si aggiungono radice di angelica dalla Francia, corteccia di cassia dalla Cina, coriandolo dal Marocco,





mandorle amare dalla Spagna e i grani del Paradiso dall’Africa Occidentale.

Sebbene circa il 47% del ginepro di qualità utilizzato nell’industria del Gin provenga infatti dalla Toscana – e in par-



PETER IN FLORENCE

LE MATERIE PRIME: GINEPRO, CORIANDOLO, IRIS.



nicolare dalla zona tra Firenze e Arezzo – ad oggi in Italia non sussiste un luogo dedicato al Gin e tantomeno una distilleria esclusivamente dedicata.

Per la produzione di Peter in Florence

è stato ideato uno speciale alambicco realizzato in esclusiva da Green Engineering con caratteristiche tecnologiche che lo rendono all'avanguardia, unico in Italia, permettendo di controllare con un altissimo grado di precisione tutti i parametri fondamentali

della distillazione, quali grado alcolico, densità e temperatura, garantendo una elevata qualità. Si tratta anche dell'uni-

co alambicco in Italia che utilizza l'infusione a vapore, permettendo una estrazione più delicata e naturale di oli essenziali e aromi. Questa microdistilleria dispone di un "Mini Carter Head Still" di 150 lt, una versione small batch del Carter Head Still già disegnato da Green Engineering per Bombay Gin.

Il Carter-Head still fu disegnato nel 1831 dai fratelli Carter, coppersmith prima e designer poi, che stavano lavorando per John Dore & Co. Ltd.

L'innovazione apportata dal Carter Head rivoluzionò la tecnica di distillazione con l'aggiunta di una colonna di rettificazione (la Carter Head) su un pot still standard. Ciò permetteva di ottenere un

Peter in Florence è distillato in un alambicco con infusione a vapore, unico in Italia

alcol di gradazione elevata e molto puro che aprì la strada a una produzione di Gin di qualità superiore.

Nel 2012 il gruppo Bacardi commissionò a Green Engineering la costruzione di un nuovo impianto di distillazione per Bombay Gin. Green Engineering progettò l'impianto mantenendo il tradizionale concetto del Carter Head ma migliorandone le capacità grazie alle moderne tecnologie come l'uso del Computational Fluid Dynamics.

L'infusione a vapore utilizza i flussi dinamici del vapore per estrarre gli aromi dai botanici. In particolare l'alambicco di Peter in Florence è equipaggiato con un nuovo tipo di serpentina interna che ha la capacità di rilasciare l'energia termica in modo delicato e uniforme evitando la perdita del corpo aromatico estratto dai botanici durante l'infusione. Così si evita la degradazione del compound aromatico in estrazione durante l'infusione.

Peter in Florence utilizza un sistema di infusione a vapore esattamente come il primo Carter Head che operò dal tardo '800 sino ai primi del '900. Anche in questo caso il sistema di infusione a vapore è stato progettato con lo stesso CFD (sistema di gestione della fluidodinamica) usato per i distillatori di Bombay Gin. Ginepro, radice di iris, scorza di limone essiccata e di bergamotto fresca, radice di angelica, corteccia di cassia, semi di cardamomo, fiori di lavanda e di rosmarino freschi, mandorle amare, coriandolo e grani del paradiso sono sottoposti a infusione a vapore, petali di iris e bacche di rosa a infusione liquida. Peter in Florence Gin è anche protagonista in cucina.

Il ristorante "La cucina del Podere



Castellare" mette al centro della propria offerta piatti tipici della tradizione Toscana, dispone di un orto biologico e i particolari aromi utilizzati per la distillazione del Gin sono alla base di alcuni piatti della cucina che conducono l'assaggiatore in un percorso sensoriale reso unico dall'abbinamento del prezioso distillato.

Il grado alcolico finale di Peter in Florence London Dry Gin è di 43°, tra le note caratteristiche ricchezza di sapori e aromi disegnano un naso nel quale si percepiscono florealità e citricità, al palato grande morbidezza e speziatura in continua evoluzione.

Giulia Arseli

LA DIFFERENZA LA FA IL VINO

La scelta vincente di Selosse e Jacquesson

DI VALENTINA RIZZI



La “ricerca della non continuità” ha permesso a due grandi Champagne di arrivare in cima alle classifiche. Selosse e Jacquesson, alfieri di quella nuova generazione di piccoli produttori che guarda alla Borgogna piuttosto che alle grandi maison. Si ispirano a un nuovo stile di produzione del loro vino, perché sì, loro si concentrano più sul vino che sulle bolle. La cantina

dei Selosse ha sede ad Avize, comune grand cru per lo Chardonnay, dispone di altri 4 ettari di vigne in Cote de Blancs; uno a Cremant e uno a Mensil-sur-Oger per lo Chardonnay, i restanti ettari sono coltivati a Pinot Noir nelle zone di Verzenay, Ambonnay, e Mereuil sur Ay (unico comune ad essere premier cru).

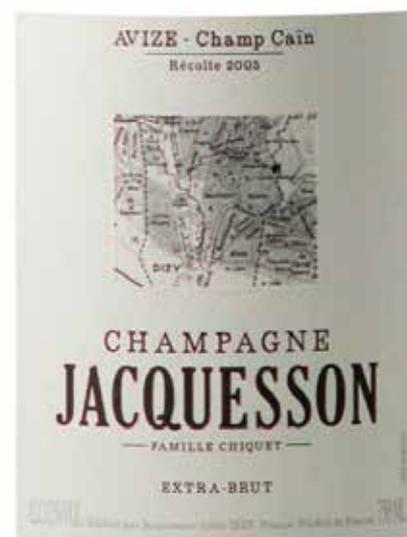
Jacques Selosse e suo figlio Anselme iniziarono a vinificare in proprio nel 1974 quando lo Champagne era gestito da poche grandi Maison e i vignaioli che lavoravano e coltivavano le proprie uve, erano in netta minoranza ed erano costretti a venderle. La formazione di Anselme passa per Beaune, per quel Lycee Vinicole, grande palestra non solo borgognona. Questo si riflette nelle scelte più evidenti. Nel 1980 insieme alla moglie, Anselme succede al padre alla guida della cantina. Rivoluziona i vigneti convertendoli a conduzione organica, li





pota molto bassi in modo da favorire la naturale riduzione delle rese.

Ma la rivoluzione non avviene solo in vigneto, anche in cantina. Si inizia ad interessare alla biodinamica per poi decidere di intraprendere la strada del non interventismo, ovvero, l'idea che in vigna il contadino debba accompagnare la pianta senza alcun intervento drastico sul ciclo produttivo. La fermentazione avviene con soli lieviti indigeni e ogni parcella di Chardonnay, in totale 35, fermenta separatamente in barrique di rovere (nuove per il 10%, per il resto acquistate usate dal Domaine Laflaive di Poligny-Montrachet), batonnage settimanale in inverno e mensile in estate. La conversione malolattica è svolta naturalmente, in maniera contenuta. L'affinamento, piuttosto lungo, dura tra gli 8 e i 12 mesi, imbottigliamento tardivo, le cuvée sono assemblaggi di più annate. I vini permangono sui lieviti per un periodo che varia dai 3 ai 10 anni poiché questi vini hanno molto bisogno di "respirare" dopo essere stati aperti, pratica inusuale per gli Champagne. Anche il remuage e il dégorgement avvengono in modo inusuale, il primo esclusivamente manuale e il secondo avviene di volta in



volta a seconda degli ordini.

Come Selosse anche Jacquesson è un nome mitico nel pianeta Champagne, anch'essa cantina di proprietà di vigneron in questo caso di vigneron di invidiabile tradizione, la famiglia Chiquet. Questa acquistò Jacquesson nel 1974 e trasferì la cantina Dizey. Jacquesson vanta due secoli di storia ma negli ultimi 100 anni era caduta in una sorta di oblio. Il suo fondatore, Memmie, produceva Champagne che arrivarono sino alla corte di Napoleone. Questo cambio di proprietà ha influito significativamente

PRODUTTORI
LO CHAMPAGNE
JACQUESSON.
IN APERTURA,
ANSELME
SELOSSE.



il destino di Jacquesson, che da essere comunque grande vino sarebbe poi divenuto eccellente.

I due fratelli Jean-Hervé e Laurent Chiquet hanno rivoluzionato ogni cosa, dalla conduzione del vigneto alla vinificazione. Le loro vigne sono situate in

*Selosse
e Jacquesson
seguono
un procedimento
di vinificazione
che "accompagna"
il vino*

due differenti regioni della Champagne: un grand cru, Ay, e due premier cru, Dizy e Hautvillers nella Grande Vallée de la Marne; in Cote des Blancs i due grands crus, Avize e Oiry. Per la famiglia Chiquet è molto importante avere vigneti grand cru e premier

cru poiché la qualità dei vini è direttamente proporzionale alla provenienza delle uve. Ovviamente il solo terroir non è nulla senza il lavoro dell'uomo. Il modo di coltivare la vite ha un ruolo

di assoluta importanza per tutto l'intero processo di produzione. Metodi colturali tradizionali, con pochi o nessun intervento migliorativo, i terroir di Jacquesson sono lavorati o inerbiti, la potatura è corta e la maggior parte dei trattamenti è biologico. La ricerca è nella diversità di ogni singola parcella e nel rinforzare l'influenza minerale sul frutto. Da qui il lavoro della cantina inizia subito. Importantissimo è il lavoro di pressatura delle uve. La qualità di questo passaggio deve essere altamente professionale in quanto i grappoli devono rimanere intatti per conferire al primo mosto di pressatura le caratteristiche ottimali. L'utilizzo del torchio verticale tradizionale è quindi fondamentale. Vinificazione in botti di rovere, contenitore che meglio permette al vino di respirare, usate più volte per evitare al vino un'eccessiva aromatizzazione dovuta al legno nuovo.

Come per Selosse anche Jacquesson persegue un processo di vinificazione semplice, cercando di "accompagnare" il vino. La fermentazione dura tre o quattro mesi, nessun travaso, vengono effettuati batonnage, nessuna refrigerazione, tantomeno filtri e collaggi, la chiarifica avviene in modo naturale. L'imbottigliamento è breve ma con lungo affinamento e anche il tiraggio avviene molto tardi. Il concetto è quello di ottenere ogni anno un profilo differente. Difficile dire quale sia migliore, dominano le differenze stilistiche piuttosto che la qualità, perché qui si parla di eccellenza.

E così Jacquesson e Selosse decidono separatamente e in anni differenti di produrre una linea nuova di Champagne che esaltino il loro stile, la loro ideologia. Parliamo della linea Lieux-Dits. Per Jacquesson è l'unica opportunità di



Portobello Road Gin evita scrupolosamente l'utilizzo di ingredienti strani e insoliti, a favore di un blend genuino di soli nove classici botanicals.

Al palato Portobello Road Gin ha un generoso aroma di ginepro e un persistente carattere fresco di agrumi, che attraverso l'uso della noce moscata si sviluppa in un finale caldo e pepato.



The Finest Address in Gin

Distribuito da Onestigroup S.p.A.
www.onestigroup.com



CHAMPAGNE
SOPRA, I
FRATELLI
CHIQUET.

comparare terroir differenti altrettanto bene anche dopo l'affinamento. L'arrivo dei Lieux-Dits nel 2002 segna l'arresto della produzione del Millésime incompatibile con l'ideologia della cantina.

Jacquesson Avize - Champ Cain 2005 Blanc de Blancs - 100% Chardonnay

La terza annata è la più vecchia delle parcelle e viene selezionata per la linea Lieux-Dits. Il vigneto piantato nel 1962 su un coteau ricco di craie produce un vino che è fermentato ed elevato in botti da 70hl, imbottigliato senza filtraggio a giugno 2005.

Vino di grande freschezza, pulito e con una avvolgente mineralità rocciosa, disegnano un bellissimo naso di fiori bianchi e di frutta a polpa bianca esaltando una precisione rigorosa che solo i grandi Champagne riescono ad avere. In bocca avviene un'esaltazione, purezza incredibile, perfetto equilibrio tra ricchezza e dinamismo, con la bollicina al limite della perfezione. Quello che però stupisce di più è la vivace freschezza e l'assenza della benché minima incer-

tezza o nota amaricante. Ciò fa capire come i fratelli Chiquet siano riusciti ad andare oltre, anzi a trascendere le caratteristiche dell'annata.

Selosse Les Carelles Blanc de Blancs- 100 % Chardonnay

Per Selosse la sfida è quella di esprimere al massimo lo Chardonnay del villaggio a grand cru le Mesnil sur Oger, non cambiando nulla di quello che è il suo stile di produzione, un insolito utilizzo del metodo solera. Anselme afferma che il suo ruolo non è quello di standardizzare il gusto, ma di raccontare la storia dei suoi vigneti rispettando la vocazione del vino e del terreno.

Les Carelles è il secondo vino della linea Lieux-Dits di Selosse. Rappresenta l'esaltazione del pensiero selossiano (vinificazione ed élevage in barrique borgognone, assemblaggio di tre annate, periodici scuotimenti delle bottiglie durante la maturazione sui lieviti) applicato al terroir di questo celebre villaggio.

Elegantissimo, giocato tra splendide tostature di caffè, zenzero fresco, erbe aromatiche che toccano la menta piperita e sottolineano la grande sensazione di freschezza oltre all'innegabile mineralità. Bocca profonda e tagliente tipica di Mesnil sur Oger, con una potente acidità di stampo agrumato che rende fine l'abbondanza percepita dal primo sorso.

La chiusura di zenzero e mineralità insieme lo rendono ancora più piacevole. In sintesi: di eccezionale esecuzione. Come ci ricorda Anselme «Il vino deve avere sapori». Cosa dire di più di questi due eccezionali Champagne? Anselme Selosse e i fratelli Chiquet: Questi vini dimostrano che un "buon produttore" fa un vino da un buon vigneto".

Valentina Rizzi

DURO.PURO. BLOCCO

GHIACCIO ALIMENTARE CONFEZIONATO



DIVENTA NOSTRO PARTNER

scrivici a info@puroghiaccio.it

www.puroghiaccio.it



MISCELARE CON LA BIRRA

COCKTAILS ON TAP

DI JACOB GRIER

The Art of Mixing Spirits and Beer – euro 18,95

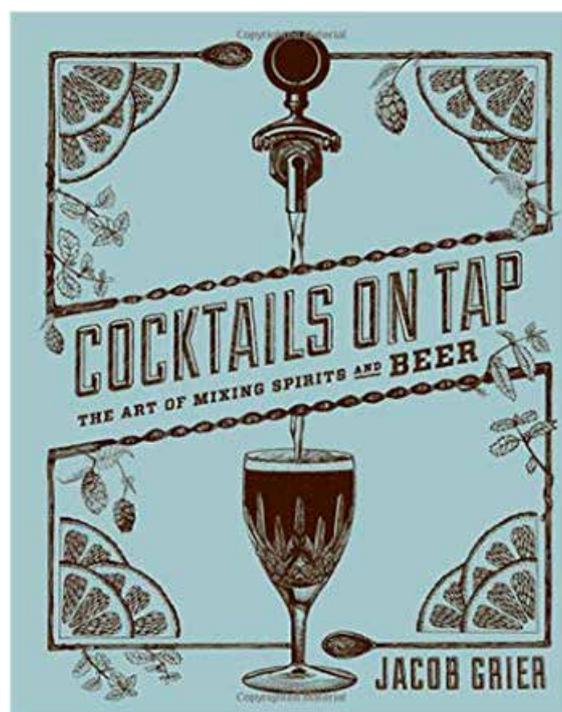
La birra artigianale sta vivendo un momento molto importante e certamente è stata la bevanda che ha trainato e portato all'attenzione del bartending il concetto di artigianalità. La conoscenza brassicola e del bartending dell'autore di questo libro ne ha fatto uno dei più esperti di miscelazione con la birra.

Jacob Grier scrittore freelance (i suoi articoli sono apparsi sul Washington Post, The Atlantic, The Daily Beast, Los Angeles Times, Reason, The Oregonian ed Eater) bartender e prestigiatore a Portland in Oregon, è l'autore di *Cocktails On Tap - The art of mixing spirits and beer*.

Questo libro mette insieme due trend molto attuali, quello dei craft cocktail e quello delle birre artigianali. Il risultato è un totale di 50 ricette con la birra protagonista di cocktail.

La birra è una delle bevande preferite dai bartender e nel libro viene utilizzata per ricette contemporanee e classici vintage drink.

Il Mai Tai è una icona del movimento Tiki, e nel testo è presente con il Mai Tai IPA, un'interessante versione luppolata grazie alla caratteristica nota data da una Indian Ale Pale. Il Green Devil fu il drink che per primo attirò l'attenzione



di Jacob verso questa miscelazione. In questa ricetta la belga Duvel si esalta con London Dry Gin e Assenzio.

Altre classiche ricette rivisitate da Jacob Grier sono il Dog's Nose citato da Charles Dickens nella sua prima novella, o il Dark & Stoutly, elegante drink a base di Whiskey, habanero syrup, lime e stout.

Nel testo, Jacob Grier guida il lettore alla scoperta di ricette creative documentandole con storie e aneddoti interessanti.

Alessandro Palanca

L'APERITIVO
STA NEL MEZZO!



mezzoemezzo[®]

NARDINI

PREPARALO COSÌ:

- 1 PARTE
MEZZOEMEZZO
- 1 PARTE DI SELTZ
- GHIACCIO
- SCORZETTA DI
LIMONE

— APERITIVO —
NARDINI
— ORIGINALE —



LUXARDO®

BEVI RESPONSABILMENTE

*The craziest
Negroni is
White*



White Negroni



- 20 ml - ¾ ounce of Luxardo Bitter Bianco
 - +
 - 20 ml - ¾ ounce of Luxardo London Dry Gin
 - +
 - 20 ml - ¾ ounce of white Vermouth
- Garnish with Lemon Peel



www.luxardo.it