

# BarTales

ANNO V | N. 8 | APRILE 2018

*Bar Story*  
IL CORAGGIO  
DI BESSIE

*Tasting*  
CONFESSIONI  
DI UN DEGUSTATORE

*Zoom*  
RITORNO  
AL FUTURO



HOT SPIRIT / GIN

# MADE IN ITALY

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida  
UNA LUNGA STORIA
- 6** **News** DAL MONDO
- 8** **Bar Story** di Alessandro Palanca  
IL CORAGGIO DI BESSIE
- 18** **Hot Spirit/1** di Giulia Arselli  
MADE IN ITALY
- 29** **Hot Spirit/2** di Fabio Bacchi  
SAPORI DI MONTAGNA
- 38** **Liquid Story/1** di Luca Rapetti  
LA SCOPERTA DELL'ACQUA (GASSATA)/2
- 54** **Liquid Story/2** di Alessandro Palanca  
100 ANNI DI SPUMA
- 70** **Zoom/1** di Valentina Rizzi  
RITORNO AL FUTURO
- 80** **Zoom/2** di Fabio Bacchi  
SULLE ALI DI UN ALBATROS
- 84** **Report** di Giulia Arselli  
SCOTCH, CHE PASSIONE
- 92** **Tasting** di Pino Perrone  
CONFESSIONI DI UN DEGUSTATORE
- 100** **How to mix** di Giovanni Ceccarelli  
MANGO FRUIT
- 106** **Book corner** di Alessandro Palanca  
ALLA SCOPERTA DELLE RADICI



8



18



29



38



54



70



80



84



92



100

**DIRETTORE RESPONSABILE**

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

**REDAZIONE**

**Fabio Bacchi**

(fabiobacchi@bartales.it)

**GRAFICA**

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

**HANNO COLLABORATO**

**Giulia Arselli, Giovanni Ceccarelli,  
Alessandro Palanca, Pino Perrone, Luca  
Rapetti, Valentina Rizzi**

**IN COPERTINA**

William Hogarth, *Gin Lane* (1750-1751)

**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**

---

**iTIERRA! LA PERFETTA  
SINTESI DI GUSTO  
E QUALITÀ SOSTENIBILE.**

---



ARMANDO TESTA

**iTIERRA!** È la collezione di blend delle più pregiate origini, selezionate e miscelate ad arte da Lavazza, frutto di un progetto di responsabilità sociale in collaborazione con Rainforest Alliance. iTierra! Selection, 100% Arabica di montagna dagli aromi floreali e fruttati, e i due iTierra! Brasile: il primo con la dolcezza e l'equilibrio delle migliori Arabiche brasiliane e il secondo con il sapore intenso frutto dell'incontro tra le migliori Arabiche e il *washed Conillon*, pregiato e selezionato Robusta lavato.

*Per i migliori bar, ristoranti e hotel.*



**LAVAZZA**

TORINO, ITALIA, 1895

UN AUTENTICO  
INGREDIENTE PER  
NUOVI COCKTAIL

AKASHI - TAI SAKE

MADE IN JAPAN DAL 1918

HONJOZO | GENSHU | DAIJINGO  
YUZU | UMESHU



[INFO@GHILARDISELEZIONI.COM](mailto:INFO@GHILARDISELEZIONI.COM)

BEVI RESPONSABILE

# UNA LUNGA STORIA

**A**ncora Gin. Sembra infinita la lunga storia del distillato incolore. Gli abbiamo dedicato pagine, ne abbiamo seguito le tendenze e le mode, segnalato le produzioni più originali. Eppure il Gin non smette di rubare la scena: continua a fare notizia. L'ultima ha a che fare con le sue generalità, scava nelle profondità delle sue origini per rivelarci, con ogni probabilità (e sinceramente ci piace crederlo) che quello spirito tipicamente anglosassone, con cuore olandese, ha nientemeno che radici italiane. Meridionali, addirittura. Potrebbe essere stata la celebre Scuola Medica Salernitana, la più antica e celebre istituzione medica del mondo occidentale, ad aver giocato un ruolo fondamentale (a pag. 18) nel concepimento del distillato. Utilizzato, come documentato da un proto-Gin dell'XI secolo, in forma di antidoto alla febbre quartana, una varietà clinica della malaria. Non solo la sapienza dell'arte medica. A sostegno delle origini nostrane ci sarebbero poi le botaniche: molte delle più pregiate bacche di ginepro utilizzate dai produttori arrivano proprio dal nostro paese. E non è forse il miglior ginepro del mondo, secondo il parere unanime degli esperti, quello toscano? A conforto ulteriore, giunge ora l'indagine di Fulvio Piccinino. Nell'ultimo libro, "Il Gin Italiano", (a pag. 106) ricco, come al solito, di fonti ben documentate l'autore (barman, esperto di merceologia e miscelazione) analizza i testi alchemici del Cinquecento, consulta libri di liquoristica rinascimentali e dell'Età Moderna per poi arrivare, ripercorrendo le vicende storiche dei liquori al ginepro e dei primi Gin italiani, ai distillati più recenti. Il risultato? La conferma, in quella che è la prima monografia italiana sull'argomento appena uscita, che il fenomeno italiano ha radici profonde e non si basa sull'improvvisazione. Più chiaro di così?





## LUCE D'AMBRA

“The amber light” è il titolo del documentario che Dave Broom (nella foto) girerà in collaborazione con la rivista The Gannet. Tutto sul Whisky, sulla sua storia e la sua cultura. Dave Broom girerà in lungo e largo la Scozia per parlare con le figure più rappresentative ed esperte della Whisky industry. La raccolta dei fondi necessari è stata lanciata attraverso Kickstarter e si concluderà il 7 aprile. Il film approfondirà tematiche meno note e soprattutto il ruolo delle donne nel mondo del Whisky. Le riprese cominceranno questa estate con la prima in uscita il prossimo gennaio.

## VERMOUTH DI FORESTA

Attraverso Distill Ventures, Diageo ha acquistato il brand Belsazar. L'acquisizione consente a Diageo di “rafforzare” la sua posizione nel mercato dell'aperitivo e dei cocktail a basso contenuto alcolico. Belsazar è il primo marchio apéritif di Diageo ed entrerà nella linea Reserve. Fondata nel 2013 dagli imprenditori Maximillian Wagner e Sebastian Brack, Belsazar Vermouth è prodotto da uve selezionate che vengono infuse con erbe e fruit Brandy. Il tutto viene poi invecchiato per un massimo di tre mesi. Creato a Baden ai margini della Foresta Nera in Germania, la gamma di Belsazar è composta da quattro varianti: Dry, Red, Rosé e White.



## NUOVI FLAVOUR PER FINEST CALL

Finest Call Single Pressed Lemon Juice e Finest Call Elderflower Syrup sono le nuove referenze della casa americana importata e distribuita in Italia da One-sti. Single Pressed Lemon è ottenuto con limoni californiani, 100% naturale e senza zuccheri aggiunti. Finest Call Elderflower Syrup è prodotto con vero fiore di sambuco austriaco per creare un delizioso bouquet di freschezza e delicata dolcezza. Finest Call Elderflower Syrup è perfetto per qualsiasi programma di bevande e frequentemente usato in Champagne cocktail o spirit twists. 100% aromi e coloranti naturali.

## BARTENDER EXPERIENCE

Conoscere a fondo i prodotti e attivare innovative skills: è la mission della Bartender Experience firmata Pernod Ricard. Attraverso una conoscenza approfondita dei prodotti, della mixability e delle nuove tendenze, è possibile potenziare la propria creatività, imparare a utilizzare al meglio ogni prodotto nella miscelazione ed essere competitivi. A tutti i partecipanti viene rilasciato un cocktail book e un attestato di partecipazione. Per i bartender che seguono i 4 educational su tutta la gamma viene offerta l'esclusiva opportunità di visite guidate alle distillerie Pernod Ricard nel mondo, da Cuba alla Scozia, dal Messico all'Irlanda.



## WHISKEY BIODINAMICO

Per il lancio del primo Irish la distilleria ha lavorato a stretto contatto sul progetto con Minch Maltsters e ha raccolto 50 tonnellate di orzo biodinamico da tre aziende agricole, coltivate da John McDonnell, Co Meath; Alan Mooney, Kilcock, Co Kildare; e Trevor Harris di Naas, Co Kildare. La distilleria Waterford ha ricevuto la certificazione Demeter dall'associazione biodinamica.

L'agricoltura biodinamica fu delineata per la prima volta nel 1924 dal filosofo austriaco Rudolph Steiner e prevede che una fattoria diventi autosufficiente per tutti i suoi bisogni, facendo affidamento su concimi organici fatti in casa e insetticidi vegetali naturali. «La biodinamica è una filosofia agricola, uno stile di vita», ha dichiarato Reynier, CEO di Waterford Distillery.



## NEW TALES OF THE COCKTAILS

Gary Solomon Jr, a capo del gruppo Solomon, e Neal Bodenheimer, coproprietario del cocktail bar Cure, hanno formalmente acquistato Mojo 911, la società che gestisce TOTC, creato da Ann Tuennerman e da suo marito Paul Tuennerman. I fondatori hanno stipulato un accordo per vendere TOTC all'inizio di quest'anno. Una commissione formata da rappresentanti della spirit industry supervisionerà le donazioni e l'allocazione dei fondi. La società sarà rinominata Tales of the Cocktail Foundation.



# IL CORAGGIO DI BESSIE

Icona Laphroaig, è stata l'unica donna a possedere una distilleria nel '900

DI ALESSANDRO PALANCA

**L**a Whisky industry vive un momento in cui la presenza femminile sta divenendo sempre più importante. Si potrebbe dire che per certi aspetti il Whisky sta divenendo sempre più rosa. L'ultima notizia riguarda la presentazione ai mercati di Jane Walker, l'ultima release di Johnnie Walker Scotch Whisky.

La presenza di donne che ricoprono ruoli chiave nella produzione, nell'ideazio-

ne di nuovi prodotti e strategie di mercato è un fatto ormai acclamato. Precursore di queste figure, almeno ad Islay, fu Elizabeth "Bessie" Leitch Williamson, la più importante figura femminile dello Scotch Whisky nel XX secolo.

La storia leggendaria di questa donna, l'unica a possedere e gestire una distilleria scozzese nel secolo scorso, è continuamente narrata, presa come ispirazio-



ne, iconico esempio di intraprendenza e capacità manageriale in un tempo in cui il Whisky era cosa per soli uomini. Islay deve molto del suo successo a colei che gestì una delle distillerie più rappresentative dell'isola: Laphroaig. Bessie, com'era conosciuta, costruì la reputazione di Laphroaig e intraprese un percorso di successo che tutte le altre donne di settore avrebbero seguito.

Bessie non era di Islay, nacque nel 1910 a Glasgow, figlia di un impiegato morto in Francia durante la Grande Guerra, cresciuta dalla madre, non senza difficoltà, insieme a suo fratello e sua sorella. Bessie non aveva alcun legame con la Whisky industry, al tempo le donne potevano aspirare a bassi ruoli di impiegata o donna di pulizie, pochissime impiegate in distillerie.

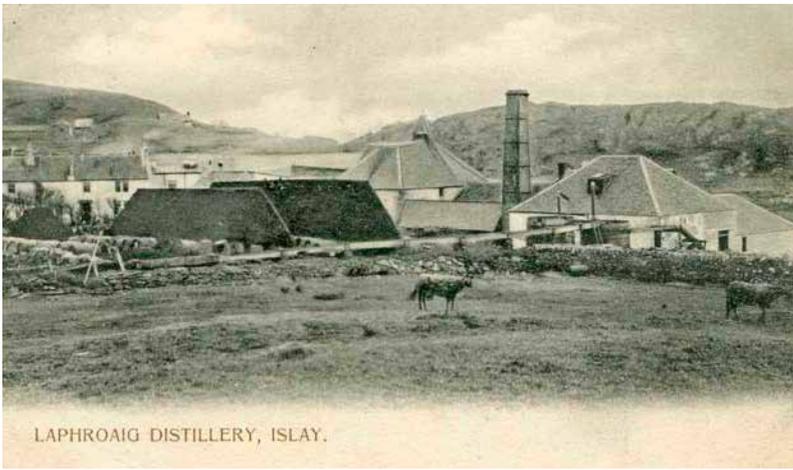
Nel 1927 si iscrisse all'Università di Glasgow per studiare arte e impiegò 5



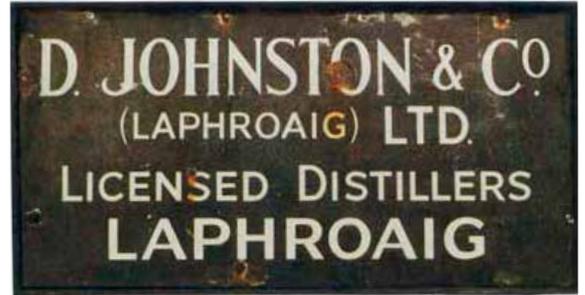
anni per sostenere un corso triennale di studio. Per mantenersi lavorò in ristoranti e frequentò dei corsi serali per segretarie aziendali.

Nel 1934 si recò a Islay con una sua amica, Margaret Prentice, per una breve vacanza. Durante la sua permanenza venne a conoscenza di un posto vacan-

**PROTAGONISTI**  
 IN APERTURA,  
 ELIZABETH  
 "BESSIE"  
 LEITCH  
 WILLIAMSON.  
 QUI SOPRA LA  
 LAPHROAIG NEL  
 1965 E, IN  
 ALTO, UNA  
 BOTTE CON LA  
 TARGA.



LAPHROAIG DISTILLERY, ISLAY.



**FONDATORE**

QUI SOPRA, IAN HUNTER, PROPRIETARIO DELLA LAPHROAIG. NELLE ALTRE FOTO I VECCHI IMPIANTI E BESSIE CON ALCUNI IMPIEGATI.

te, come dattilografa, presso la distilleria Laphroaig. Bessie presentò domanda ed ebbe successo.

La distilleria apparteneva alla D. Johnston & Co posseduta sin dal 1927 da Ian Hunter (1886-1954). Ian Hunter era noto per la sua facile irascibilità, aspetto che Bessie riusciva a sopportare e gestire al meglio. Bessie era carina, molto attra-

ente, intelligente e istruita, con evidenti doti manageriali che emergevano in ogni situazione. Le qualità lavorative di Bessie non mancarono di catturare l'ammirazione di Ian che la mise a capo dell'ufficio



LEARDINI

*Liquori*

Produzione Artigianale Liquori dal 1958

*L'uomo li produce,  
il tempo li migliora*



LEARDINI LIQUORI ARTIGIANALI Srls

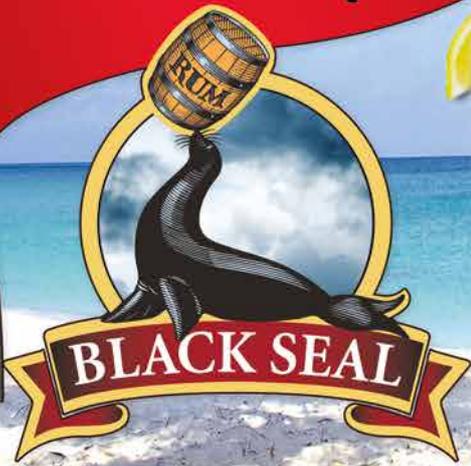
PIAZZA CASTELLANA SNC - 00021 AFFILE (RM) - Tel. +39 0774 551033

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

# Goslings

Since 1806

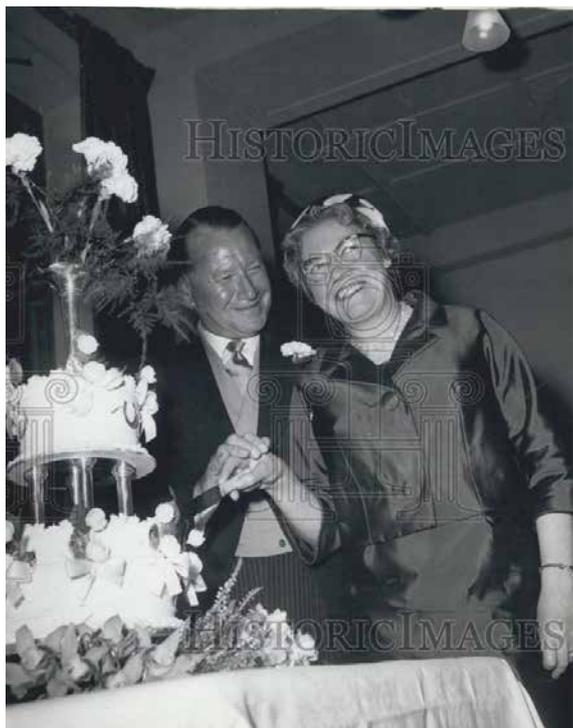
# DARK 'n STORMY®



# BERMUDA'S NATIONAL COCKTAIL

imported and distributed by

**PALLINI**



**MATRIMONIO**  
SOPRA, BESSIE  
CON SUO  
MARITO,  
WISHART  
CAMPBELL, NEL  
GIORNO DELLE  
NOZZE E  
DURANTE UN  
EVENTO.

della distilleria. Bessie divenne una delle figure di fiducia e stretto consigliere di Ian Hunter.

Nel 1938 Hunter finì su una sedia a rotelle per un ictus e Bessie acquistò sempre più peso e influenza nella gestione del business. Contemporaneamente riuscì a farsi ben accettare e integrarsi nella comunità isolana.

Durante la Seconda guerra mondiale le distillerie locali vennero requisite per farne depositi di munizioni, l'alcol era destinato a usi militari e la produzione venne notevolmente ridotta. A ciò si aggiungevano i furti. Bessie riuscì a ben gestire quegli anni difficili sino al 1944, anno in cui gli eventi lasciavano ben sperare per il futuro e per la ripresa in grande stile della produzione.

Nel 1950 la Johnston & Co cambiò forma societaria e Hunter nominò Bessie amministratore generale concedendole anche una piccola partecipazione azionaria. Ian Hunter morì nel 1954 e nel suo testamento destinò denari ai fedeli dipen-

denti di lunga data della distilleria. Per sua volontà Bessie divenne socia di maggioranza, acquisendo di fatto il controllo totale della distilleria, ebbe l'isola di Texa e una casa, Ardenistiel House. L'assetto produttivo rimase intatto. Bessie lasciò che quei validi operai continuassero a svolgere il proprio lavoro che ben conoscevano e con i quali non aveva mai avuto problemi, non cambiò alcuna figura.

In un mercato mutevole, ma dominato dal Blended Scotch, Bessie, capì le potenzialità del Single Malt di Islay, molto usato dai produttori di blended, dando ulteriore prova del suo lungimirante senso per gli affari. Lei era convinta che i Single Malt potessero essere apprezzati e venduti per le loro qualità piuttosto che usati nei blend. In

*Bessie gestì  
con abilità  
gli anni del  
secondo conflitto  
bellico, quando  
la produzione di  
alcol fu ridotta*



**OGGI**  
 IN ALTO, I POT  
 STILL ATTUALI.  
 SOPRA, UNA  
 RECENTE FOTO  
 DELLA  
 DISTILLERIA.

alcune interviste affermò che l'offerta di Single Malt non riusciva a soddisfare la domanda.

La Scotch Whisky Association fu molto impressionata dai successi e dall'attenzione che stava ricevendo Bessie e la invitò a sostenere dei tour promozionali nel Nord America. Erano gli anni '60 e Bessie

divenne la prima grande ambasciatrice del Whisky scozzese nel mondo. Durante uno di questi viaggi conobbe colui che sarebbe divenuto suo marito, Wishart Campbell. Costui era un pianista baritono canadese, star della radio locale, per la quale era conosciuto come "The Golden voice of the air", e nipote di un ministro originario di Islay, emigrato in Canada nel 1800. Campbell e Bessie si sposarono nel 1961 e si stabilirono su Islay.

Se Bessie si era ben integrata sull'isola contribuendo allo sviluppo di attività socio-culturali, organizzando raccolte di fondi per beneficenza, ricevendo considerazione ed onorificenze, diverso fu il destino di Wishart. Tra gli isolani era impopolare e visto come un cacciatore di dote. Wishart paragonava Laphroaig alla musica di Gershwin ma pare bevesse Rum e Pepsi, quasi un insulto per gli indigeni. Tuttavia la coppia ebbe una vita felice. Mentre Wi-

# PPS

PELLEGRINI PRIVATE STOCK

Top Quality Spirits



Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

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

BEVI RESPONSABILMENTE



shart si dilettava di giardinaggio e colture che commercializzava in loco, Bessie si rese conto che la distilleria necessitava di investimenti di modernizzazione, e di capitali che, purtroppo, non disponeva. C'era bisogno di innovare gli impianti di produzione, di nuovi e più grandi magazzini. Sull'isola vivevano i McTaggart, ricchi proprietari terrieri e di una delle più grandi società scozzesi di costruzioni edili. Offrì loro di subentrare nella proprietà della distilleria ma questi rifiutarono. Allora si fece avanti l'americana Long John Distillers, che con tre distinte operazioni nel 1962, 1967 e 1972 acquisì la maggioranza della Johnston & Co che controllava la distilleria Laphroaig. Bessie sarebbe rimasta amministratore della Johnston & Co, con un seggio nel consiglio di ammini-

strazione della Long John che mantenne sino al suo ritiro nel 1972.

Seguì i lavori di modernizzazione della distilleria ma la sua figura era ormai secondaria rispetto alle decisioni della nuova proprietà, posizione che viveva con molto disagio. I suoi ultimi sforzi furono dedicati alla salvaguardia dell'impiego per gli isolani. Le politiche di licenziamento della nuova proprietà furono osteggiate da Bessie che si sforzava di fare comprendere che non si potevano licenziare i lavoratori più anziani perché non esisteva un modello pensionistico.

Con Bessie Laphroaig era divenuta nota come "Islay labor Exchange" perché lei si preoccupava di fornire sempre un lavoro a chi ne avesse bisogno. Questo suo continuo interessamento alla comunità era alla base dell'apprezzamento e stima che godeva su Islay.

Il più grande successo di Bessie Williamson fu quello di ottenere un generale riconoscimento per il suo successo negli affari, in una delle industrie britanniche più tradizionali e dominate dagli uomini. Sarà sicuramente ricordata come una delle prime donne a ricoprire un ruolo così importante nel settore. Senza di lei, è altamente improbabile che Laphroaig sarebbe potuto diventare il brand che conosciamo oggi.

**Alessandro Palanca**

# AMARO SAN SIMONE

DALLE VIRTÙ MEDICAMENTOSE DELLE PIANTE,  
DAI LORO FRUTTI E DALLE LORO RADICI.

Questo AMARO, preparato secondo le antiche ricette dei Monaci di S.Simone, è ottenuto con erbe e droghe vegetali selezionate, note per le proprietà toniche e per l'efficacia dei loro principi attivi. Il suo delicato ed inconfondibile aroma caratterizza la qualità del prodotto. Può essere servito puro, con ghiaccio oppure caldo come ottimo corroborante.

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



distribuito da:

 **VARGROS**

Da 30 anni il punto di riferimento  
nel mondo degli spirits.

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

# MADE IN ITALY

## Alcuni esempi della produzione nostrana

DI GIULIA ARSELLI

**G**li indizi e le premesse ci sarebbero, ma la prova definitiva, probabilmente, rimarrà sempre nascosta, misteriosa e condizionata da campanilismi nazionali, strategie commerciali e di marketing. Il Gin potrebbe essere nato in Italia? Potrebbe la Scuola di Salerno avere giocato un ruolo primario nella concezione primordiale di questo distillato? Noi siamo convinti di sì, ma ci piace vivere quell'effervescenza storica che porta a spaziare dall'Olanda all'Inghilterra, dall'Italia ai Balcani, per definire uno spirito che può essere prodotto ovunque, con qualsiasi botanical in presenza di ginepro, con diversi metodi di produzione che non presuppongono alcuna indicazione geografica e che possono essere utilizzati ovunque.

In alcuni casi l'uso di botaniche che crescono esclusivamente in particolari territori, dato il microclima unico, ha fatto balenare l'idea in alcuni di richiedere una identità territoriale, come in Australia.

Il migliore ginepro del mondo è, come dicono gli esperti, quello toscano. Gli agrumi, l'iris fiorentino, altre botaniche uniche per qualità sono italiane. Ci sembra comunque poco per pensare a una identità italiana del Gin, ma prendiamo atto che è il distillato che ha movimentato in assoluto la spirit industry italiana

negli ultimi anni. Spesso si tratta di progetti che nascono all'alba per perire al tramonto, il mercato è giudice severo e imparziale, alcuni sono ancora in incubazione, poi ci sono quelli che ormai sembrano godere di una affermazione che si concretizza in una presenza capillare sul territorio nazionale.

Abbiamo incrociato alcuni dati, testato molti prodotti, in alcuni casi lo abbiamo già fatto in passato, vi parliamo di alcuni. Dietro di essi vi sono sempre le indicazioni date dai bartender ai distillatori. I bartender, motore di questa spinta sul prodotto di qualità, sono stati gli ideatori di alcuni dei Gin italiani ormai consolidati sul mercato, una costante dietro molti brand. Non stiamo decretando quali siano i migliori, impresa impossibile, ma certamente alcuni che per diverse qualità ci hanno convinti. Il Gin italiano è apprezzato in tutto il mondo, questo è certo.

### THE GREEDY GIN

Ideato dai bartender Francesco Mortai e Dave Garzon di About Ten, The Greedy Gin nasce dall'idea di creare un Gin profumato, intenso e saporito, un Gin morbido al palato e dai sapori lunghi e persistenti. Greedy è un Gin artigianale ed esprime note agrumate, floreali e bal-



samiche, con forte intensità.

Greedy viene distillato in Inghilterra e completato in Italia. Lo spirito base è un distillato di grano puro nel quale vengono macerate 16 botaniche per circa 15 giorni. La ridistillazione avviene in alambicco discontinuo in rame. Le note agrumate principali sono date da agrumi di origini italiane come il bergamotto e il mandarino. Note floreali di lavanda e geranio; note speziate e balsamiche, principalmente dal ginepro e dalla salvia sclarea, cannella e noce moscata alle quali si aggiungono le note morbide rilasciate dalla liquirizia e dalla carota.

Il Gin aromatizzato per ridistillazione arriva poi in Italia dove viene completato aggiungendo cardamomo e la particolarità delle note erbacee del tè verde.

Spesso un Gin aromatizzato attraverso infusione o macerazione, e poi ridistillato, viene tagliato con alcol neutro. The Greedy è invece un Gin puro al 100%

perché non sottoposto a questo processo. Non viene subito filtrato per essere pronto alla vendita. Greedy riposa per un periodo compreso tra i 60 e 70 giorni per favorire il migliore amalgamento dei vari sapori. I tempi di produzione richiedono circa 90-100 giorni. Grado alcolico: 43%.

The Greedy consiglia il seguente perfect serve del Gin Tonic: non più di 4,5 cl di distillato e 20 cl di acqua tonica neutra, senza garnish.

## BERTO OLD TOM GIN

Ricetta popolare nella Gran Betagagna del 18° secolo l'Old Tom Gin ha un carattere più dolce rispetto al classico Gin. Quasi scomparso, la sua rinascita è avvenuta sotto la spinta della craft cocktail culture del 21° secolo. Prodotto dall'Antica Distilleria Quaglia di Castelnuovo Don Bosco, nata pochi anni dopo l'unificazione d'Italia, Berto ha reintrodotta l'Old

Tom Gin nel 2017. Tra le sue botaniche troviamo ginepro, sambuco, salvia, assenzio, rosa, vaniglia, cacao e balsamo del Perù. Il suo corpo botanico è scelto per conferire dolcezza e morbidezza. È imbottigliato con 40 g di zucchero per litro. Luminoso alla vista, presenta una notevole fragranza olfattiva caratterizzata da un floreale di rose e sambuco e sentori caldi di vaniglia e cacao. Al palato è morbido, delicato, decisamente persistente. Grado Alcolico: 43%.

Bèrto si presenta anche con un Gin classico dal profilo aromatico delicato e floreale. Gradazione alcolica: 43%. Con una classica composizione botanica tra cui ginepro, rosmarino, alloro, assenzio e iris, Bèrto offre così un prodotto classico e al tempo stesso moderno.



## MALFY GIN CON LIMONE

Malfy Gin viene prodotto con un alambicco in acciaio inossidabile sottovuoto. La distillazione avviene a soli 60°C, la più bassa temperatura possibile che possa consentirla, al fine di ottenere il massimo dall'estrazione degli aromi degli agrumi. L'idea è quella di creare un distillato che si differenzi dagli altri per via della particolare lavorazione dei limoni, che vengono prima spremuti e il cui estratto viene poi messo in infusione con le altre botaniche (radice di iris e angelica, ginepro, coriandolo, cassia, liquirizia e bucce di pompelmo e arancia). Sono decisamente le note e gli aromi rinfrescanti degli agrumi a prevalere, in particolare quelli del limone. Viene utilizzato il limone Sfusato di Amalfi (le bucce). Al naso intensi aromi di coriandolo e limone con note aniciate a donare complessità olfattiva. Anche al palato è il limone a sprigionarsi prima di ogni altra cosa. Seguono i freschi sapori delle altre botaniche, con le note più secche del ginepro e poi quelle più speziate. Sul finale gli agrumi dominano nuovamente, ma con note più balsamiche a fare da contorno.

Malfy Gin ha anche una versione Dry Gin, l'Originale, e appena uscito c'è Malfy Rosso, un twist sul Gin nel quale saranno le arance rosse di Sicilia a caratterizzarsi su altri sei botanical. Malfy Gin usa acqua delle sorgenti del Monviso. Grado alcolico: 41%.

## VII HILLS ITALIAN DRY GIN

VII HILLS nacque nel 2014 con la denominazione "Italian London Dry" da un'idea di Danilo Tersigni e Filippo Previero, quando ancora non esisteva il boom dei Gin italiani. Inizialmente distillato in Inghilterra, VII Hills dal 2017 è interamente

# PPS

PELEGRINI PRIVATE STOCK

Top Quality Spirits



Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A. - [www.pellegrinispa.net](http://www.pellegrinispa.net) - Pellegrini Spa - [pellegrinispa1904](https://www.instagram.com/pellegrinispa1904)

BEVI RESPONSABILMENTE



prodotto in Italia. In questo caso l'ispirazione del prodotto è un inno celebrativo di tradizioni e passione della "Bella Italia" rifacendosi alle tradizioni culturali e culinarie dell'Antica Roma.

Nella cultura culinaria e medica dell'Antica Roma il Ginepro veniva utilizzato anche nella bevanda dell'epoca, il Mulsum. Sette tra botaniche e spezie, che crescono naturalmente sui sette colli su cui si fonda la capitale, vengono armonizzate in una miscela che si rivelerà versatile e delicata.

VII Hills Italian Dry Gin viene distillato a Moncalieri, vicino a Torino, zona divenuta famosa per la produzione di vini e Vermouth. Il processo di distillazione di VII Hills Gin avviene in "Vacuum Pot Stills" (alambicco sottovuoto) a bassa temperatura, mantenendo le note dolci e distinte delle sue spezie ed erbe. Ginepro e rosa canina, arancia rossa e carciofo, camomilla romana, melograno e sedano costituiscono il corpo botanico. Le botaniche vengono infuse per 15 giorni in una soluzione idroalcolica, l'infuso viene quindi miscelato con alcol di barbabietola prima di essere distillato sotto vuoto.

VII Hills Italian Dry Gin è uno spirito aromatico e fruttato, all'olfatto si presenta leggermente agrumato. Al palato, pervadono dolci note di melograno e sentori di camomilla romana perfettamente bilanciati dalla freschezza del sedano, il ginepro a dirigere l'orchestra di sapori. Grado alcolico: 43%.

## GIASS GIN

Giass, in dialetto milanese significa "ghiaccio", è il primo Gin 100% "milanese", presentato per la prima volta ad aprile 2017 in occasione del Salone del Mobile di Milano. Nasce dall'idea di 5 amici, Andrea e Simone Romiti, Richard D'Annunzio, Francesco Niutta e Francesco Braggiotti. Le botaniche sono 18. La base, classica, è composta da bacche di ginepro, semi di coriandolo e radice di angelica.





# RUTTE

DISTILLATEURS  
- SINDS 1872 -



All'assaggio si percepiscono 5 differenti note: il processo di essiccazione naturale a bassa temperatura, dedicato alla mela golden e alla scorza di arancia, celebra la parte fruttata della formula, mentre i petali di rosa e i fiori di camomilla, violetta e arancio sprigionano un bouquet floreale dal carattere preponderante, impreziosito dal karkadè dell'hibiscus. Le note minerali ruotano attorno alla presenza della menta, del finocchio e della mandorla di terra (o ciper), tubero particolare di limitata diffusione, conosciuto sin dall'antichità per le sue nobili proprietà. Quelle citrate, invece, sono affidate alle foglie di verbena citrus, ai semi di cardamomo e alle foglie di melissa. Cassia e timo, infine, strutturano il comparto delle note legnose.

La bottiglia, curata nel design da Chiara Cappellini, creative manager di Fasten Seat Belt, e Lorenzo Piccinini, è un omaggio alla città della Madonnina, l'etichetta serigrafata sul vetro è ispirata ai disegni geometrici della Galleria Vittorio Emanuele, mentre il logo richiama una "vedovella", le tipiche fontanelle meneghine.

Giass Gin si è aggiudicato la medaglia d'argento di categoria alla San Francisco World Spirits Competition 2017. Per il suo packaging ha vinto le medaglia di argento nella stessa kermesse e l'IF Product Design Award 2018 nella categoria beverage. Gradazione alcolica: 42%.

## GIN DEL PROFESSORE

Da un'idea dei ragazzi del Jerry Thomas Project di Roma in collaborazione con Distillerie Quaglia nasce questo Gin che al suo debutto si presentò con due varianti, Monsieur e Madame, alle quali se ne è poi aggiunta una terza, Crocodile



Gin. Gin Monsieur nasce da una miscela di spezie ed erbe accuratamente selezionate. Ginepro, lavanda, angelica, arancia, rosa, camomilla e altre erbe danno vita a un prodotto insolito con vivaci note floreali e balsamiche. La ricetta si caratterizza per il bilanciamento degli ingredienti con un pizzico di creatività. Il caratteristico colore ambrato deriva dal processo di distillazione ed infusione dei botanici.

È un Gin che combina forza e morbidezza, e tra i principali botanici ci sono ginepro, angelica, camomilla, lavanda, arancio, rosa e zedoaria. Gradazione al-

colica: 43,7%.

In Gin Madame ritroviamo il ginepro, il limone, l'arancio, il tanaceto, la zedoaria, la cannella e la cassia. Gin Madame sprigiona profumi intensi di fiori e di erbe, a ingentilire la forte impronta delle bacche di ginepro. Gradevolmente caldo e aromatico al palato, presenta toni resinosi e fioriti, in un insieme di grande eleganza. Gradazione alcolica: 42,9%.

Crocodile Gin segna una nuova esperienza nell'avventurosa vita del Professore. È un gin fresco e schietto, ricco di intense note di ginepro e di agrumi e dalle delicate sfumature di coriandolo, fiori di sambuco e pepe giamaicano. Al palato è pieno, delicatamente ammorbidito da note di vaniglia e altre spezie esotiche. Gradazione alcolica: 45%.

## LUXARDO SOUR CHERRY GIN

Con i suoi 197 anni di attività Luxardo è una delle distillerie protagoniste della storia della spirit industry italiana. Risale al 1833 la prima produzione di un Gin Luxardo, lo stesso che nel 1936 sarebbe divenuto il Ginepro di Dalmazia. Nel 2016 Luxardo ripresentò il suo Gin (43°) che ebbe subito molto successo.

Luxardo Sour Cherry Gin è il risultato della perfetta combinazione tra il succo delle marasche Luxardo e il London Dry Gin Luxardo. Un'accurata selezione di nove botanica (ginepro, coriandolo, iris, angelica, liquirizia, cannella, cardamomo e arance amare) viene lasciata in infusione alcolica per ventiquattro ore in tradizionali alambicchi in rame prima della distillazione. Dopo diciannove giorni di affinamento, questo distillato viene combinato con il succo di ciliegia marasca Luxardo per l'infusione, prima di essere



filtrato e leggermente addolcito.

Di colore rosso rubino, all'olfatto presenta il tipico sentore di marasca con un'intensa nota aromatica di ginepro. Al palato introduce inizialmente tipiche note di Gin, con sentore di ginepro armonioso e note speziate. In fondo un avvolgente e morbido sentore di marasca con retrogusto lungo e persistente forza aromatica.

Luxardo Sour Cherry è una interessantissima evoluzione dello Sloe Gin che tradizionalmente è un liquore, nasce come prodotto da miscelazione, importante la sua capacità di innovare tanti classici apporrandone una fresca nota di acidità. Gradazione alcolica: 37,5%.

**Giulia Arsellì**

## RICETTE GIN ITALIANI



### **PURPLE FIZZ di Jacopo Castronovo – The Spirit – Milano**

#### **INGREDIENTI**

- 35ml Luxardo Sour Cherry Gin
- 15ml Luxardo Apricot Brandy
- 35ml cordiale di miele e pompelmo rosa
- 2 drop vanilla bitter

Top soda

Tecnica: shake & strain. Glass: highball.

Garnish: stick con 2 albicocche disidratate.



### **SOUR N30# di Riccardo Marinelli – Jerry Thomas Project – Roma**

#### **INGREDIENTI**

- 45ml Gin Del Professore Monsieur
- 20ml succo di limone
- 10ml succo di pompelmo rosa
- 30ml sciroppo di camomilla e Acqua di Cedro
- 30ml Acqua di Cedro Nardini
- Dash di Liquore Pino Mugo
- Egg White
- Oli essenziali di limone

Tecnica: shake. Glass: coppa sour. Garnish: fiori di camomilla.



### **CAFFÈ CORRETTO di Federico Leone – VII Hills Brand Ambassador Italia**

#### **INGREDIENTI**

- 50ml VII Hills Gin
- 20ml liquore al caffè
- 1 caffè espresso
- 10ml zucchero

Tecnica: shake. Glass: coppetta. Garnish: no.



### **NORTHEAST SIDE di Mario Farulla – Baccano – Roma**

#### **INGREDIENTI**

- 50ml Luxardo Dry Gin
- 30ml succo di limone
- 15ml sciroppo di miele di biancospino
- 8 foglie di menta
- 2,5ml brine di marasca Luxardo

Tecnica: shaker. Glass: coppetta cocktail. Garnish: marasca Luxardo.



### **SEED & LEAVES di Nicola Ruggiero – Katiuscia – Bari**

#### **INGREDIENTI**

- 4cl Malfy Gin
- 3cl yogurt greco aromatizzato al basilico
- 2cl honey mix
- 2cl succo di limone
- 1spoon di Anice secco Varnelli

Tecnica: shake & strain. Glass: tumbler alto.

Garnish: foglia di basilico, noce pecan grattugiata.



### **UN BARBARO GREEDY di Mattia Mazzon – Gellius – Oderzo (TV)**

#### **INGREDIENTI**

- 1 oz Greedy Gin
- 3/4oz Vermouth Cocchi Storico
- 1/2oz Elisir Bordiga al rabarbaro
- 1/2oz succo di pompelmo rosa
- 1/2oz albume aromatizzato al bergamotto
- sale rosa grattugiato

Tecnica: dry shake & strain. Glass: tumbler basso con ghiaccio.

Garnish: rabarbaro fresco e ciuffo di finocchietto selvatico.



### **GIASSTINI ALLA ROSA di Richard D'Annunzio – Giass Gin**

#### **INGREDIENTI:**

- 1 cl Vermouth secco Quagliarini
- 1 cl acqua di rose
- 5 cl Gin Giass
- orange twist

Tecnica: mixin'glass. Glass: coppetta cocktail. Garnish: rosa moscata.



### **HORIZON VIOLET di Mattia Pasolini – Cristallo Lounge Bar – Cortina d'Ampezzo**

#### **INGREDIENTI**

- 4.5 cl Gin Del Professore Madame.
- 1.5 cl Mandorla Nardini
- 3 cl succo di lime
- 1.5 cl Lavander Syrup
- dash di Fernet
- Egg White

Tecnica: dry shake & strain. Glass: coppetta cocktail.

Garnish: crusta di zucchero alla lavanda.



# CITADELLE

GIN DE FRANCE

Citadelle gin, premier gin français

Importato e distribuito da **Compagnia dei Caraibi** • Bevi Citadelle responsabilmente

# SAPORI DI MONTAGNA

Custodi del territorio a cui appartengono ritornano all'attenzione del bartending mondiale

DI FABIO BACCHI

I liquori di pino possiedono proprietà medicinali e un gusto apprezzato per l'aromatizzazione di Grappe, per la produzione di liquori e sciroppi e per il loro olio essenziale che viene estratto dai rametti verdi non ancora lignificati. Questa produzione spazia tra le zone montuose alpine tra Italia, Francia, Svizzera e Austria.

I liquori di pino Cembro sono localmente diffusi nelle regioni alpine italiane. Il loro inconfondibile colore rossiccio deriva dalle pigne maturate al sole, le quali vengono raccolte a mano e messe in infusione con alcol, seguendo un'antica tradizione sudtirolese sperimentata. Questi pini sono colmi di pigne, veri e propri farmaci naturali che nella loro resina contengono preziosi oli essenziali.

Del pino Cembro si usa tutto. Il suo legno è molto utilizzato nell'arredamento, il suo profumo è molto simile a quello del pino Mugho. Rispetto a quest'ultimo risulta leggermente più delicato e dolce.

Alla fine del secolo scorso i liquori di pino, pur mantenendo un consumo di



**PIANTE**  
SOPRA, IL PINO  
CEMBRO.  
A SINISTRA IL  
PINO MUGO.



**LIQUORI**  
IN ALTO,  
GEMME DI  
ABETE.

nicchia in miscelazione, hanno cominciato a essere sempre più presenti nei bar. In Italia vi è una discreta produzione di questi liquori, così come in Austria dove esiste il dolce e resinoso Zirbenzschnaps. Questo liquore è prodotto dalla



distilleria Josef Hofer sin dal 1797. Per la sua elaborazione si utilizzano i frutti del pino Cembro, in inglese noto come

## 202. Gin and Pine.

(Use wine-glass.)

Split a piece of the heart of a green pine log into five splints, about the size of a cedar lead-pencil, take 2 ounces of the same and put into a quart decanter, and fill the decanter with gin.

Let the pine soak for two hours, and the gin will be ready to serve.

## 203. Gin and Tansy.

(Use wine-glass.)

Fill a quart decanter  $\frac{1}{2}$  full of tansy, and pour in gin to fill up the balance  $\frac{1}{2}$  tansy to  $\frac{1}{2}$  gin. Serve to customers in a wine-glass.

## 204. Gin and Wormwood.

(Use small bar glass.)

Put three or four sprigs of wormwood into a quart decanter, and fill up with gin.

The above three drinks are not much used except in small country villages.

## 205. Scotch Whiskey Skin.

(Use small bar glass.)

1 wine-glass of Scotch whiskey.

1 piece of lemon peel.

Fill the tumbler one-half full with boiling water.

## 206. Columbia Skin.

(Use small bar glass.)

This is a Boston drink, and is made the same as a whiskey skin.



Arolla stone pine. Questa specie è una tra le più tenaci, in grado di resistere a temperature estreme (-40°), conosciuta come "Regina delle Alpi".

Il pino Cembro fu considerato dai romani antichi un simbolo di vitalità e im-

**JOSEF HOFER**

Seit 1797

mortalità. La pianta può richiedere sino ai 30 anni di età prima di produrre il frutto. Ogni raccolto avviene in anni molto intervallati tra loro. In Austria può essere effettuato, per legge, solo nel territorio della Stiria, nella misura del 10-20% del

**DISTILLATI**  
 IN ALTO,  
 ESEMPLARE DI  
 ABETE  
 DOUGLAS.  
 IN ALTO A  
 SINISTRA, LA  
 PAGINA DEL  
 LIBRO DI JERRY  
 THOMAS SUL  
 LIQUORE DI  
 PINO.



totale dei frutti per tutelare la sostenibilità. La raccolta manuale, che avviene ad alta quota, può variare quantitativamente anche in base alle condizioni atmosferiche. La maturazione dei frutti va da giugno a luglio. Quando non ancora mature le pigne esibiscono una brillante tonalità rossastra e, oltre la classica nota resinosa, un'essenza floreale molto intensa. Il sapore dei pinoli delle pigne ricorda la frutta alpina come il mirtillo,

la rosa di montagna, leggermente pepato. In Austria lo Zirbenzschnaps ha una tonalità calda, mielosa, con un sapore di resina sul finale.

Un liquore di pino è presente anche nel manuale di Jerry Thomas del 1862. In esso Thomas descriveva la produzione di un liquore di pino con una base Gin.

Un altro liquore simile è il francese Grande Liqueur de Sapins prodotto dalla distilleria francese Emile Pernot, già distilleria Deniset-Klainguer, già nota per il suo Absinthe. Liqueur de Sapins, è raffinato, leggero, ha un colore brillante, nel quale si percepisce l'olio di abete quasi indugiare sul palato, una sensazione vellutata. Nella sua produzione vi sono 12 erbe ma non il pino. In questo caso vi sono boccioli e rametti di abete, pianta molto usata nella liquoristica locale. La sua produzione si divide in due stage: infusione e distillazione delle botaniche selezionate, e la macerazione di ulteriori gemme di abete in alcol e zucchero per determinare l'aroma distinto di abete e il colore verde. Il risultato è uno spirito rotondo, sebbene potente, arboreo, ma meno densamente resinoso rispetto al suo cugino austriaco.

La statunitense Clear Creek Distillery di Portland, in Oregon, si ispira a questi prodotti di origine europea per la sua Douglas Fir Eau de Vie. In questo caso il modello è il distillato alsaziano Eau de Vie de Bourgeons de Sapin. Clear Creek è nota per la produzione di spiriti alternativi. Questo distillato è realizzato con un processo di macerazione simile al Grande Liqueur de Sapins ma utilizza gemme di abete Douglas dell'Oregon. Le gemme vengono raccolte manualmente e infuse in un'acquavite neutra. Quindi

# THE SOUL OF AFRICA

*Distilled in the heart of England*



**WHITLEY NEILL**  
**HANDCRAFTED DRY GIN**

*The Essence of Discovery*



viene effettuata una ridistillazione alla quale segue una seconda infusione prima della filtrazione e imbottigliamento. La Douglas Fir Eau de Vie si presenta con note di ginepro, legno, vaniglia e abete ed è meno dolce del Grande Liqueur de Sapins.

Dalla regione dolomitica italiana arriva l'Amaro Pasubio della centenaria Antica Erboristeria Cappelletti di Alde-

no, Trento. In questo caso si tratta di un amaro la cui base è vino Marsala secco fortificato e aromatizzato con botaniche montane, lavorate con una sapiente combinazione di infusi, decotti e macerazioni. La particolarità è data dalla presenza di linfa

di Pino Mugo, elemento caratterizzante che si manifesta nettamente al palato.

Il Pino Mugo è una pianta sempreverde aghiforme che cresce in alta montagna. È un albero molto importante dal



punto di vista ecologico. Essendo una pianta soggetta a disposizioni di legge che la tutelano, la sua raccolta è contingentata e regolamentata per garantirne la preservazione ambientale. In Italia il più noto liquore di pino presente nel bartending è il Liquore Pino Mugo della Distilleria Quaglia. La base del liquore si ottiene dalla lavorazione di pigne e resine infuse a freddo in alcol, per un lungo periodo di tempo, per migliorarne l'estrazione.

È un prodotto di carattere con raffinata personalità. Alla vista è trasparente e luminoso. All'olfatto denota una esuberanza di sentori particolari di resine e legno, dolcezza. All'assaggio rivela equilibrio con la nota olfattiva, corposo

*Il Pino Mugo è un sempreverde, importante dal punto di vista ecologico e il liquore più noto è quello di Quaglia*



e ricco di personalità. Il finale è lungo con sentori speziati e delicatamente balsamici, lievemente amaro ma armonioso.

Questa tipologia di spiriti racchiude la storia dei loro territori, esistono da centinaia di anni in culture locali delle quali sono ambasciatori. In un momento in cui vi è massima attenzione ai brand portatori di valori si stanno meritando attenzione da parte di tutto il bartending mondiale.

**Fabio Bacchi**



## RICETTE LIQUORI DI PINO



### **PROMISED YOU A MIRACLE** di Raffaele Morellato – Fronte del Porto – Giovinazzo (BA)

#### INGREDIENTI

- 4,5cl Mombasa Gin
- 2,5cl Liquore delle Sirene
- 1,5cl Pino Mugo Quaglia
- 2,0cl succo di lime
- 1,5cl cordiale verbena e camomilla
- 1,5 cl albume
- 1 dash di Bompland bitter Pinot Nero e ciliegia Stevnsbaer

Tecnica: shake & double strain. Glass: cocktail glass. Garnish: fiori edibili.



### **GIN & PINE** di Riccardo Marinelli – Jerry Thomas Project – Roma

#### INGREDIENTI

- 50ml Bartender Choice Jenever
- 5ml Lquore Pino Mugo Quaglia
- 4 dash Angostura Bitter
- 5ml gum syrup
- 1,25ml Assenzio
- 25ml diluizione

Tecnica: cottura in sottovuoto a 55 gradi 4 ore. Glass: coppa Martini. Garnish: no.



### **SURFIN'TAHOE** di Massimo Stronati – Vina Enoteca – Palo Alto – California (USA)

#### INGREDIENTI

- 45ml Spirits Works Wheat Vodka
- 15ml succo di limone
- 10ml Barolo Chinato Cocchi
- 1bsp Zirbenz Stone Pine Liquer
- top soda water
- 1 drop JT Instant Age oak classic bitter

Tecnica: shake & strain. Glass: Collins. Garnish: lemon twist.



### **THE CROSSING** di Nicola Ruggiero – Katiuscia – Bari

#### INGREDIENTI

- 1.1/2 oz Akvavit
- 3/4 oz Sake allo yuzu
- 1/2 oz Grande Liqueur de Sapin
- 1/2 oz succo di pompelmo
- 1/4 oz gum syrup
- 2 bsp polvere di meringa
- 2 dash Delizia Cannella Varnelli

Tecnica: shaker, double strain su ghiaccio. Glass: OF Garnish: zest di lime e aghi di pino.

1894

# FERRO CHINA BALIVA

DALL'ANTICA RICETTA DEL  
COMM. DOTTORE ERNESTO BALIVA

AMARO  
BITTER  
FATTO A MANO  
ROMA



BEVI RESPONSABILMENTE

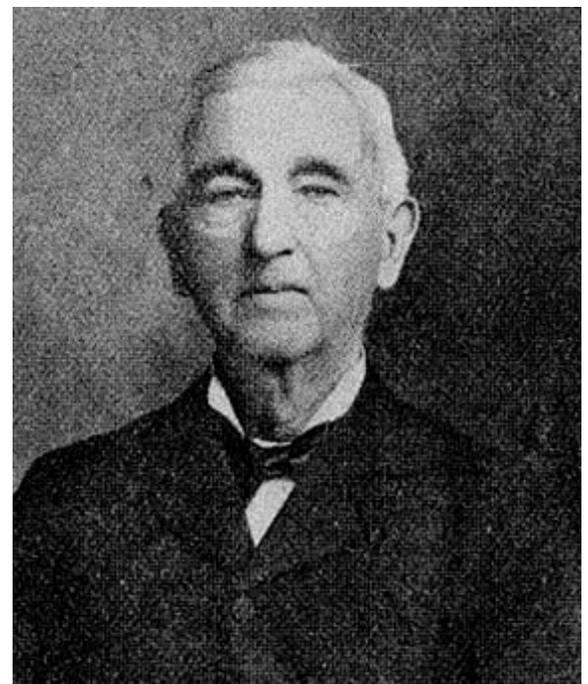
# LA SCOPERTA DELL'ACQUA (GASSATA)/2

L'evoluzione: la nascita  
dell'ice cream soda  
e la comparsa del *soda man*

DI LUCA RAPETTI

**N**ella seconda metà del XIX secolo la sempre maggiore e costante diffusione della soda water, e in generale di tutte quelle bevande preparate con le *soda fountain*, assunse la forma di un'istituzione sociale. Dalle iniziali installazioni su un bancone di servizio, costituite da tubazioni a forma di "collo di cigno" o localizzate all'interno di colonne di marmo o legno, intorno al 1870 si passò a vere e proprie installazioni a muro. Erano principalmente costituite da una parete di marmo dalla quale fuoriuscivano i rubinetti per l'erogazione del prodotto, sormontati da una piccola copertura in legno e adornata eventualmente con luci a gas e specchi posti lateralmente.

Come riportato in "American Druggist and Pharmaceutical Record" del 1895, i farmacisti americani avevano ben presto



intuito il potenziale e il vantaggio di avere una *soda fountain* ben equipaggiata e arredata in modo da soddisfare un numero sempre maggiore di clienti. Fu così che

**The Wonderful "CC" Unit**  
(Constant Circulation)  
Continuous Service—Actual Saving  
Colder Soda

**Round Cabinets**—Save half the ice; cream does not soften or lose its swell, saving 10% to 25% in its bulk.  
**Brine Utilized**—It cools storage cabinet and water by constant circulation—not wasted.  
**Colder Water**—This exclusive "Liquid" idea makes it possible to draw colder water—plain or charged, in any quantity—always cold.

Ask for a Demonstration—Positive Proof of the Economical Service of the "CC" Unit

New York Boston  
Kansas City Pittsburgh  
Minneapolis St. Louis  
The Liquid Carbonic Company  
CHICAGO  
Memphis  
Portland  
San Francisco  
Dallas  
Philadelphia  
Los Angeles  
Phoenix

WRITE FOR PORTFOLIO



#### PRECURSORI

SOPRA, IL CARRETTO PER LA VENDITA DEI GELATI DELLA DITTA FUSSELL. IN BASSO UN GIORNALE DEL 1921 SULLE SODA FOUNTAIN. IN APERTURA IL FONDATORE, C. JACOB FUSSELL.

una buona parte dei capitali di queste drogherie veniva investita per il miglioramento e sviluppo delle *soda fountain*.

Un mercato già consolidato e che fioriva parallelamente a quello delle *soda fountain* era quello relativo alla produzione dei gelati, che a partire dalla fine del XVIII secolo, erano sbarcati sul territorio americano e ben poco impiegarono a conquistare il consenso generale. Tuttavia, sino alla metà degli anni '50 del 1800,

# GASTROGIN



IT'S NOT JUST ABOUT THE DRINK



AWARDED MOST INNOVATIVE GIN BY SPIRITS BUSINESS

[info@ghilardiselezioni.com](mailto:info@ghilardiselezioni.com)

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

*NATO DALLA COLLABORAZIONE  
TRA LO CHEF OLANDESE  
JONNIE BOER \*\*\*MICHELIN  
E LA DISTILLERIA ARTIGIANALE  
ONDER DE BOOMPJES DI SCHIEDAM*

**EASILY THE WORLD'S BEST  
SODA WATER APPARATUS**

*Built with the intention that it shall be a profit-maker and, therefore, a source of pleasure and satisfaction to the owner. Carrying features of construction wherein the ideas of the best craftsmen in the soda fountain business find realization, and in which beauty and strength are blended with such care of tedious detail that the finished product proves up unquestionably as more nearly perfect than any other soda fountain ever offered.*

**P O L A R**

*Established Eighteen Hundred and Seventy-Four*



"Polar" Soda Fountain installed by Green in "The Smoke House" at Bluefield, W. Virginia



**ROBT. M. GREEN & SONS**  
ORIGINATORS MANUFACTURERS  
PHILADELPHIA  
PENNSYLVANIA

negli Stati Uniti il gelato rimase ancora un alimento esotico, che solo poche persone, per lo più appartenenti alle classe sociali più agiate, potevano permettersi.

Nell'inverno 1851-1852 il commerciante C. Jacob Fussell intraprese la produzione su scala commerciale di gelato. Sino a quel momento era molto limitata. Ciò portò a una rapida diffusione del gelato e alla nascita di specifici negozi chiamati "Ice Cream Parlor". La caratteristica rinfrescante e la possibilità di creare molteplici gusti fece sì che il gelato entrasse a far parte dei menù delle *soda fountain*. Un evento in particolare diede ulteriore impulso al suo impiego nelle bevande rinfrescanti: la creazione dell'Ice Cream Soda. Sebbene la paternità di questa bevanda non sia mai stata ufficialmente confermata, coloro che sono considerati i possibili creatori furono Robert McCay Green, Fred Sanders e Philip Mohr.

Il più accreditato è probabilmente Green che, come riportato dal giornale "Evening Public Ledger" di Philadelphia in data 21 maggio 1920, nel 1874 gestiva

# Ice Straws Flavor Drink

BEVERAGES are flavored and iced at the same time when sipped through a new-type drinking straw. The straw is designed so that when it is used, the beverage passes up through a soluble, frozen flavoring material within the body of the straw. The straws are kept on ice until time for use.



## ICE CREAM SODA INVENTOR DEAD

Robert McCay Green Originated Famous Drink at Exposition Here in 1874

### HUNDREDS CROWDED STAND

The news also showed the stand with her just dead in this city. She is Robert McCay Green, who for years was in the business of manufacturing soda fountain.

She died last year at the age of 87, after a long illness. Her death was a great loss to the city, as she was the originator of the famous Ice Cream Soda, which was first introduced at the Philadelphia Exposition in 1874.

She had a small stand here in Philadelphia, and it was there that she first introduced the drink. It was a great success, and she was the first to sell it in Philadelphia.

She was born in 1841, and she lived here all her life. She was a very kind and generous person, and she was loved by all who knew her.

Her death was a great loss to the city, and it is a pity that she should have died so young.

PHILADELPHIA, FRIDAY, MAY 21, 1920



ROBERT M. GREEN

**ICE CREAM SODA**  
QUI SOPRA  
ROBERT MCCAY  
GREEN, TRA I  
PADRI DI  
QUESTA  
BEVANDA.

una *soda fountain* presso l'esposizione del Franklyn Institute. Tuttavia l'impianto che doveva utilizzare, prodotto a New York, non riuscì a essere consegnato in tempo e si dovette ripiegare su una *soda fountain* di qualità inferiore. Siccome vi era un concorrente di Green che era presente con un impianto di grande capacità, Green si rese conto che l'unico modo per essere competitivo poteva essere il creare un qualcosa di diverso e inaspettato. Egli decise quindi di miscelare il gelato con la soda e questo gli procurò un così grande successo che nei successivi



**SODA FOUNTAIN**  
 IN ALTO E QUI  
 SOPRA, ICE  
 CREAM  
 PARLOR.  
 A DESTRA  
 CHESTER C.  
 PLATT.

giorni arrivò a guadagnare ben 200\$ al giorno.

Se Ice Cream Soda divenne un “must” nei menù delle *soda fountain*, altrettanta popolarità ebbero i Sundae, sulla cui origine non vi è nuovamente una fonte ufficiale. Anche questo è l’esempio dell’utilizzo di preparati destinati all’impiego nelle *soda fountain*, uniti a un prodotto come il gelato che era identificato come un alimento a se stante.

La prima versione attribuisce la nascita del Sundae alla cittadina di Two Rivers, nel Wisconsin, in data 1881 ad opera di un certo Edward Berners, proprietario di un ice cream parlor, il quale aggiunse uno

sciropo di cioccolato a una porzione di gelato.

La seconda si riferisce a Chester C.Platt, proprietario della Platt&Colt Pharmacy a Ithaca, nello stato di New York, che nel 1892 servì gelato con aggiunta di sciropo alla ciliegia e guarnito con ciliegie candite. L’inserimento di bevande che utilizzavano gelati e la proposta di Sundae, con numerosi sciropi e guarnizioni da abbinare, richiese ai proprietari delle *soda fountain* l’acquisto di nuove attrezzature. Per esempio gli “ice shaver”, dei quali l’azienda D.H. Bates&Bros di Dayton, in Ohio, era il principale costruttore. L’impiego del ghiaccio rappresentava uno degli investimenti che più gravavano sui costi di una *soda fountain*, soprattutto perché la maggior parte del volume di lavoro era concentrato durante i mesi estivi e comunque nelle giornate con clima mi-

# NEGRONI DEL NONNO

by FABIO CAMBONI



30 ml London Pier Gin

30 ml Gamondi Bitter

15 ml Chartreuse Verde

15 ml Gamondi Vermouth Rosso

2 gocce Toccasana di Teodoro Negro

Tecnica di miscelazione: Build

Bicchiere: Old Fashioned

Ornamento: erbe selvatiche fresche,  
arancia essiccata, chicchi di caffè

BEVI RESPONSABILMENTE

**NOTE DEGUSTATIVE** (a cura del somelier Danilo Di Nitto):

Drink caratterizzato da una forte **nota erbacea**, sia all'olfatto che al palato.

In bocca è **fresco e spigoloso**, ben **bilanciato** dalla dolcezza che prova a tenere le redini di una balsamicità straripante. Il sorso non è mai esplosivo o roboante: resta **pacato** mentre scandisce gli **agrumi, le erbe, le spezie e la tostatura**. Il "Negroni Del Nonno" è un cocktail che sfida il tempo: va sorseggiato con **calma e parsimonia** per apprezzarne tutte le sfumature che vengono fuori con la diluizione.

**Ha molto da raccontare**, come del resto i nostri nonni, ed a noi piace sederci al tavolo per ascoltare queste storie!

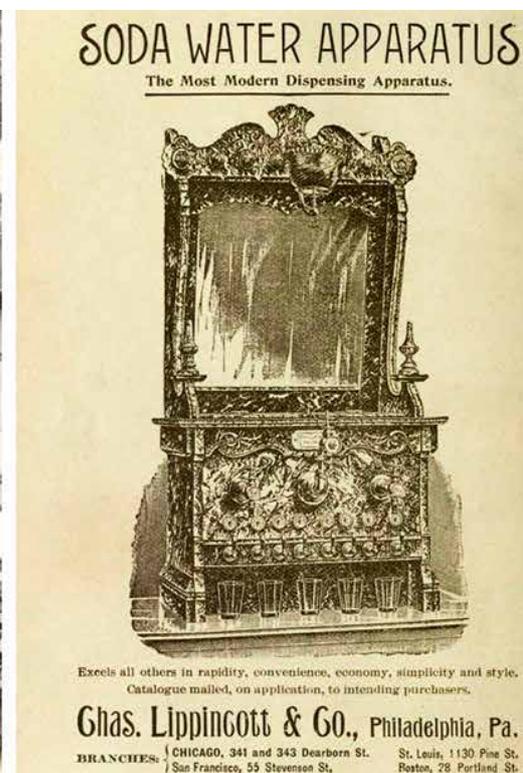


maggior corpo e una differente texture. In "American Druggist and Pharmaceutical Record" del 1906, si riporta che la Alper's Pharmacy di New York, il cui manager era un certo W.E. Beall, introdusse il "clabberade", ovvero una bevanda a base di latte fermentato, dove "clabber" era il termine che identificava il latte fermentato prodotto negli stati meridionali degli USA.

Molto popolari furono anche tutte quelle bevande a base di uova: EggNog, Egg Chocolate, Egg Lemonade, Sherbet de Egg, Egg Calisaya e tante altre. Molte *soda fountain* arrivarono ad acquistare anche centinaia di uova ogni giorno, che erano esposte in alte cataste vicino al banco di servizio. L'uso dell'uovo richiedeva che esso fosse il più possibile amalgamato con gli altri ingredienti. Ciò mise alla prova l'ingegno e soprattutto l'abilità dei "soda man" che si trasformarono in veri e propri showman. C'era chi utilizzava lo shaker, mentre altri si esibivano in scenografici *throwing*, richiamando l'attenzione dei clienti e dei passanti stessi, tanto che si venne a coniare il termine "thrower" che ben descriveva

te, quando la clientela richiedeva bevande fresche che potessero alleviare l'eccessiva calura. Inoltre, poiché il ghiaccio era estratto naturalmente dai ghiacciai presenti nella parte settentrionale del paese, la sua disponibilità dipendeva soprattutto dall'andamento della stagione invernale precedente e, di conseguenza, anche il suo prezzo di vendita subiva forti oscillazioni di mercato.

La ricerca di nuovi ingredienti era ciò che caratterizzava una *soda fountain* da un'altra. L'introduzione della frutta fresca donava colore, oltre al naturale gusto del frutto utilizzato, e inoltre, se la frutta veniva schiacciata, si modificava la consistenza della bevanda finale, donandole



questi artisti del banco.

Dato che, come già accennato, la maggior parte del lavoro delle *soda fountain* era concentrata nei periodi estivi, buona parte di questi negozi si trovavano spesso a fare i conti con mesi invernali e, eventualmente, con inaspettati cambiamenti di temperatura improvvisi che potevano seriamente compromettere il futuro dell'attività. Molti proprietari, visto anche il costo ingente del ghiaccio che era impiegato sia per raffreddare le bevande sia per raffreddare le tubazioni stesse delle *soda fountain*, compresero quanto più economico e redditizio sarebbe stato il servizio di bevande calde. In primis perché attrezzarsi per avere costantemente acqua calda avrebbe richiesto un investimento economico minimo, in secondo luogo perché avrebbero potuto garantire un servizio e una certa continuità anche nei mesi invernali. Nacquero così le "hot soda fountain", presso le quali fu inserita tutta una serie di bevande calde, tra le più comuni: caffè, cioccolata, ginger tonic, clam bouillon, limonate e beef tea (ricavato da estratto di manzo).

Interessante era anche la proposta



delle bevande alcoliche calde, come Coffee Royal (caffè corretto con Brandy), Brown Velvet (cioccolata calda corretta con Whiskey) e varie versioni di hot todies come Tea Punch, Slumber Punch e Columbus Cup.

Secondo quanto riportato da John Teissel, manager della Hegeman&Co's Soda Fountain di New York, le bevande che non dovevano mai mancare in una *soda fountain* erano cioccolata, caffè, va-

#### INNOVAZIONI

IN ALTO UNA SODA FOUNTAIN. QUI SOPRA, INNOVATION APPARATUS DI UNA FARMACIA A BOSTON.



A complete Soda Fountain, ready to give from 100 to 1000.

## DISPLAY FOUNTAINETTES

Another Stanley Knight creation which forms a part of our complete line of Soda Fountains, starting with these compact Display Fountainettes and ending with our massive 100 ft. masterpiece as built and installed for the F. W. Woolworth Co. 5c and 10c stores, and hundreds of other discriminating customers.

**ECONOMICAL — ATTRACTIVE**

MODEL "B"      MODEL "C"

Our new low priced "All White" Fountain      Our new low priced "German Silver" Fountain

These new Models "B" and "C" offer the biggest buy in the soda fountain field. They are the very latest types on the market and contain many features that will appeal to you. All steel construction. Iceless, and direct icing.

Send for Catalog 3



Mr. Lee and Mr. Johnson at the Soda Fountain of the Times Square Pharmacy.



### STORIA

ALCUNE  
IMMAGINI DI  
VENDITA E  
TRASPORTO DI  
PRODOTTI A  
BASE DI SODA.

niglia, arancia, limone, ciliegia, ginger ale e root beer, oltre a un assortimento di rimedi farmaceutici come tonici, antiemcranici, eupeptici e tutto ciò che poteva essere reperito presso una farmacia di quel periodo.

Verso la fine del XIX secolo si andarono a definire, così come apparso sul "New York Daily Tribune" del 1884, *soda fountain* che erano frequentate solo da uomini, quelle frequentate solo da donne e infine quelle scelte da intere famiglie.

Questo sottolineava il carattere sociale delle *soda fountain*, che da iniziale punto di acquisto di preparati medicinali e bevande si trasformarono in un autentico luogo d'incontro.

Vista la massiccia presenza di *soda fountain* su tutto il territorio nazionale e la loro crescente popolarità, nel 1891 venne fondata la American Soda Fountain Company che includeva quattro tra i più importanti commercianti del settore di quegli anni: Tuft's Arctic Soda Fountain,

# Carattere senza tempo

Ron Abuelo 12 años viene invecchiato in botti di rovere bianco americano selezionate a mano, a una gradazione alcolica più bassa per creare un rum dal carattere eccezionale con un perfetto equilibrio di spiccate note di frutta essicata.

[ronabuelo12.com](http://ronabuelo12.com) #CarattereSenzaTempo

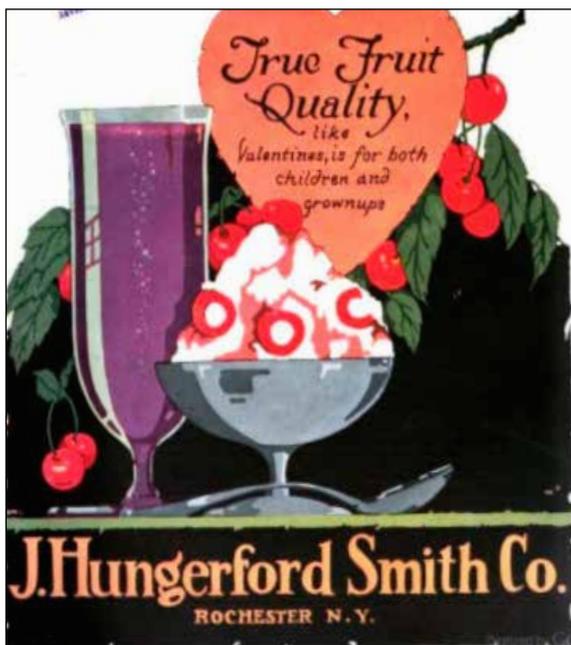


DISTRIBUITO DA ONESTIGROUP.COM

BEVI RESPONSABILMENTE

Ron  
**ABUELO**  
PANAMA

ISPIRA GENERAZIONI **DAL 1908**



**LATEST  
SODA FOUNTAIN  
NOVELTY.**

The Kismet Holder is the newest thing in holders. It is suitable for Soda Glasses, Ginger Ale Bottles, Coffee and Chocolate Cups, etc.

Being all in one piece there is nothing to come apart. This holder is the most durable because there is no soldering or brazing; no joints, pins or rivets. It is the only up-to-date holder made—easiest to clean—no pockets for dirt to gather in.

**THE ONLY SANITARY HOLDER MADE**  
THE "KISMET" HOLDER

Yet it is light in weight and so strong—you can't break it. Instantly adjustable to a glass of any shape or size. Unique design, and cannot be surpassed in simplicity, efficiency and low cost.

Heavily Nickel Plated.....	\$4.50 a Doz.
" Silver "	7.00 "
" Gold "	12.00 "

Money back if you want it, but you won't want it. Remit by express or money order to Kismet Specialty Co. References: R. G. Dun & Co., New York

**KISMET SPECIALTY COMPANY,**  
21 Park Row, NEW YORK

A.D. Puffer and Sons di Boston, John Matthews e Charles Lippincott, con James W. Tuft nella carica di presidente. L'obiettivo era quello di creare un vero e proprio monopolio delle *soda fountain*.

Nelle varie edizioni di "American Druggist and Pharmaceutical Record" era possibile trovare numerosi articoli che riportavano consigli di carattere tecnico e commerciale redatti dall'American Soda Fountain Company, oltre a ritagli pubblicitari su nuove attrezzature da essa sponsorizzate.

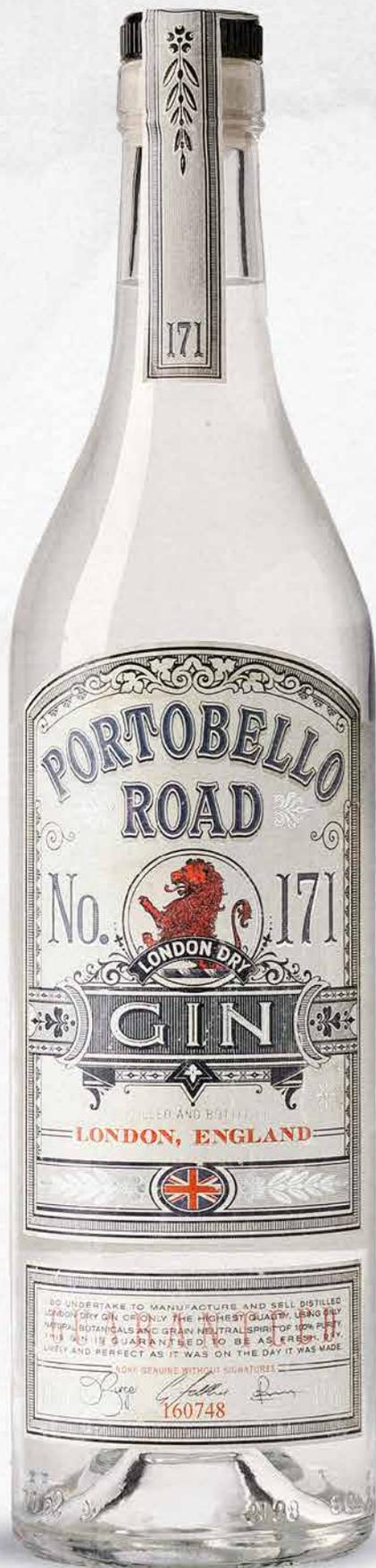
In quegli stessi anni, in particolare negli ultimi trenta del 1800, fecero la loro comparsa sul mercato molti nuovi brand di prodotti sodati e non, le cui ricette erano state create da farmacisti con scopi medicinali oppure semplicemente per contrastare il crescente consumo di alcol pro capite, che si stava sempre più deli-

neando come una piaga sociale a livello nazionale. Tra questi marchi si possono ricordare Coca Cola, Imperial Inca Coca, Moxie, Hires Root Beer, Wina Vina, alcuni dei quali iniziarono a imbottigliare i loro prodotti per incrementarne la vendita e la distribuzione sul territorio.

Il successo di queste bevande e più in generale delle *soda fountain* venne ulteriormente favorito dal consolidamento del "Temperance Movement", che stava ottenendo un grande consenso popolare. Persino molti attivisti politici, che prima di allora erano soliti tenere comizi elettorali presso i bar e i saloon, decisero di incontrare la popolazione presso le *soda fountain*, dove potevano offrire rinfrescanti bevande analcoliche al pubblico. Molte strutture ricettive quali hotel e anche ristoranti sostituirono i loro bar con *soda fountain*, alcuni gestori stessi di bar si adeguarono rapidamente installando *soda fountain* presso i loro esercizi commerciali. Esisteva il timore di perdere tutta la clientela che ora stava prediligendo una tipologia di bevande analcoliche.

Tuttavia allo stesso tempo si stava

*Attivisti e politici scelsero di incontrare il pubblico presso le soda fountain per offrire bevande rinfrescanti*



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](http://www.onestigroup.com)

# ALPESTRE

Sinfonia di 34 erbe.

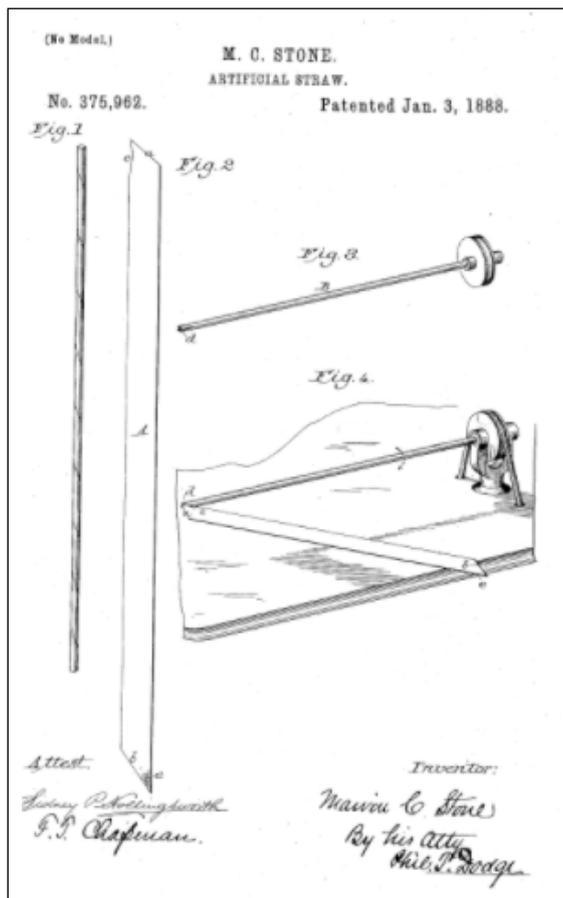
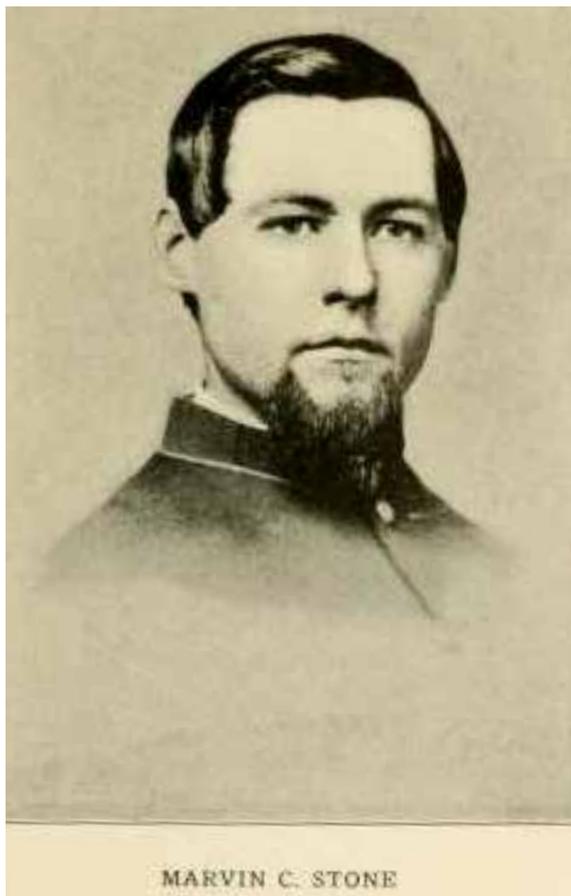
Bevi responsabilmente.



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

**alpestre.it**

Distribuito da: OnestiGroup S.p.A.



diffondendo la generale preoccupazione inerente il contenuto di sostanze potenzialmente dannose, presenti in buona parte degli ingredienti venduti presso le *soda fountain* stesse. Per esempio la cocaina. A tal proposito nel 1908 il presidente americano Roosevelt incaricò la Home Commission di effettuare uno studio approfondito sull'uso di alcol, tabacco e droghe su tutto il territorio nazionale. Ne emerse che un'alta percentuale delle *soda fountain* e dei relativi magazzini di stoccaggio dei prodotti in esse impiegati versavano in condizioni igieniche molto precarie. Questi dati suscitavano non poca indignazione, unita alla già presente preoccupazione generale riguardante gli standard di igiene dei luoghi di pubblica frequentazione. In particolare, l'utilizzo di bicchiere di vetro per il servizio delle preparazioni sodate e di tutto ciò che po-

teva essere consumato presso le *soda fountain* richiedeva un lavaggio accurato. Spesso però il lavaggio non era garantito e quindi molte persone iniziarono a non sentirsi molto sicure nel bere da un bicchiere che non era stato accuratamente lavato. Ne conseguì che sui banconi delle *soda fountain* fecero la loro comparsa bicchieri di carta per coloro che lo preferivano al bicchiere di vetro, ovviamente pagando un piccolo sovrapprezzo finale.

Ancor più richieste furono le cannucce di carta, che erano già diventate un elemento indispensabile presso i negozi di fine '800. Infatti il 3 gennaio 1888 Marvin C. Stone patentò un modello di cannucchia di carta. Queste vennero ben presto impiegate nelle *soda fountain* poiché, a differenza delle cannucce naturali usate sino a quel momento, che erano ricavate da una particolare pianta erba-



#### SODA FOUNTAIN

QUI SOPRA UN DISPENSER DI SODA. NELLA PAGINA ACCANTO MARVIN C. STONE E LA SUA INVENZIONE.

cea, erano inodori, insapori e potevano essere tagliate nella misura desiderata.

Un'importante innovazione tecnica che rivoluzionò molto le *soda fountain* fu "Innovation", un nuovo sistema ideato dell'American Soda Fountain Company nel 1903 che prevedeva tutta la fase di preparazione della bevanda di fronte al cliente. Infatti sino a quel momento le installazioni a muro richiedevano all'operatore di dover dare le spalle alla clientela, che cominciava già a manifestare perplessità sugli standard igienici e sull'entità dei prodotti usati. Con questo nuovo sistema si andò a rafforzare il rapporto col cliente, che poteva vedere ogni singolo passaggio della preparazione e questo poteva fungere anche da attrattiva per i

nuovi curiosi clienti.

Un altro cambiamento determinante per il futuro delle *soda fountain*, intese come luogo di ritrovo in cui si potevano assaporare bevande deliziose e sempre diverse, fu l'inserimento di alcune pietanze da proporre durante l'ora di pranzo, che risultava la fascia oraria meno proficua per il loro business. Inizialmente vennero preparati semplici piatti, per lo più sandwich, che non richiedevano un grande dispendio di energie e tempo, oltre ad avere un costo contenuto. Con lo scoppio della Prima Guerra Mondiale, le importazioni di zucchero e altri ingredienti subirono una drastica riduzione. Ciò influì significativamente sull'attività delle *soda fountain*, che si ritrovarono così a doversi concentrare ulteriormente sulla proposta culinaria.

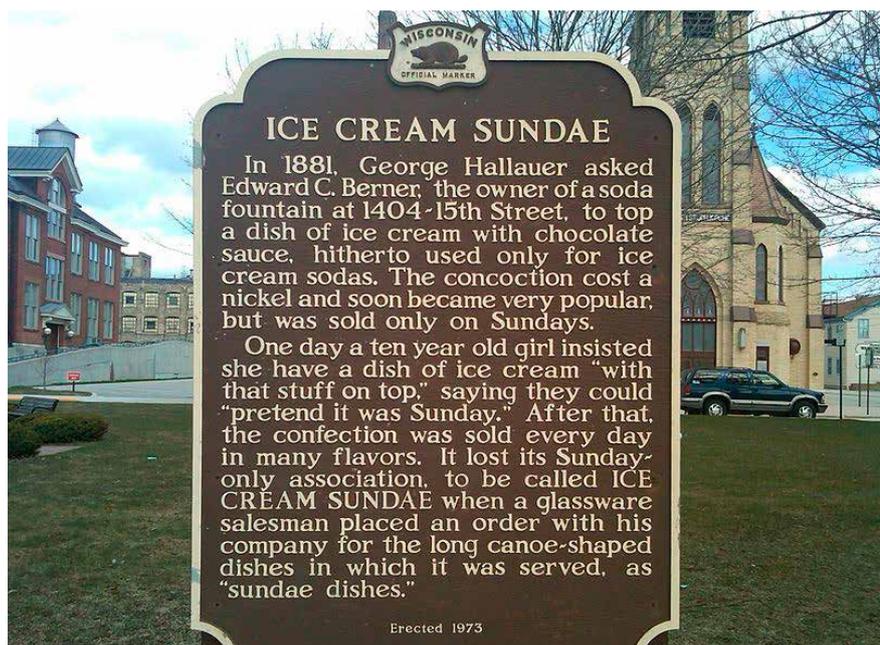
L'avvento di uno dei fenomeni sociali più segnanti della storia americana, il Proibizionismo, diede anch'esso grande slancio all'industria delle bevande analcoliche e di conseguenza anche alle *soda fountain*, che nei primi sei mesi dall'entrata in vigore del Volstead Act videro un incremento dei profitti del 200%. Ciò permise ancor più di ampliare sia l'offerta delle bevande, sia di focalizzarsi sul servizio di piatti caldi. A questo punto molti proprietari si resero conto che le loro *soda fountain*, da iniziali drogherie e negozi ove si potevano acquistare preparati medicinali e bevande rinfrescanti, con l'inserimento di una proposta culinaria si erano trasformate in luoghi d'incontro, nel quale la clientela non trascorrevà più solo il tempo necessario a terminare la propria consumazione, bensì anche alcune ore. E di conseguenza il fornire notizie e aggiornamenti, soprattutto riguardanti gli avvenimenti sportivi, fu una

delle idee che riscosse grande successo e aumentò le vendite di caffè e altre bevande calde. Si potrebbe affermare che questi furono gli antenati dei più recenti e moderni “Bar Sport”.

Per sostenere il servizio del cibo, che richiedeva maggiore velocità a causa dei ritmi di vita accelerati della popolazione delle grandi metropoli, molti esercenti incrementarono la propria offerta munendosi di tutto l'occorrente per diversificarsi dalle altre *soda fountain*, pur mantenendo un servizio veloce. Tra le attrezzature più richieste vi erano quelle per preparare waffle, hot dog e frullatori.

A partire dagli anni '20 del 1900 anche i primi impianti di refrigerazione meccanica fecero la loro comparsa presso le *soda fountain*. Erano più economici rispetto ai normali sistemi di raffreddamento attraverso l'utilizzo di ghiaccio. Tra i pionieri dei nuovi sistemi di raffreddamento, nonché grande azienda costruttrice di *soda fountain*, è doveroso ricordare la Liquid Carbonic Company, fondata nel 1888 da Jacob Baur, farmacista da due generazioni, che agli inizi del XX secolo brevettò una “iceless soda fountain”, che sfruttava il gas ammonio come refrigerante.

Gli anni successivi al Proibizionismo sino alla metà dello scorso secolo videro le *soda fountain* mantenere il loro carattere di luogo d'incontro tra amici e soprattutto giovani, nel quale si potevano consumare ancora bevande come ice cream soda, bevande gassate miscelate con sciroppi, sundae e altri classici. Il lento declino delle *soda fountain* fu causato dalla rapida ascesa di *fast food* e altre tipologie di ristoranti che attiravano coloro che dalle città si erano trasferiti a vivere in luoghi periferici. Tuttavia la memoria



delle *soda fountain* è ancora ben radicata nella cultura umana, soprattutto grazie ai numerosi appassionati e collezionisti di memorabilia a esse legata.

Oltre che ad aver determinato tutta una serie di evoluzioni e cambiamenti, che hanno indubbiamente contribuito a forgiare quello che è il bartending moderno, l'importanza delle *soda fountain* sta nella loro unicità in quanto vero e proprio fenomeno sociale, che in quasi due secoli di storia ha plasmato la moderna società americana e i suoi gusti alimentari.

**Luca Rapetti**



# 100 ANNI DI SPUMA

Il successo dell'azienda che inventò la FrizzanTina

DI ALESSANDRO PALANCA

**Q**uattro diverse generazioni alla guida di un'impresa prossima ai 100 anni di vita. La Paoletti appartiene a quella categoria di aziende storiche, che hanno vissuto periodi felici e situazioni difficili grazie alla forza di una famiglia che, attraverso le sue generazioni, ha superato due guerre mondiali e le crisi a venire. L'elemento umano, filo conduttore tra passato e presente, è la capacità di superare le prove che le piccole aziende sono chiamate a sostenere nel mercato globale.

La storia dell'Azienda Paoletti inizia intorno al 1910 a Folignano, piccolo paese vicino Ascoli Piceno, quando il messo

comunale Enrico Paoletti (nato nel 1880, figlio di Luigi, ciabattino, cuoco e "filosofo" detto anche "la Legge" per i suoi lapidari giudizi) gestore anche dell'osteria del paese, decise di mettersi in proprio dando vita a una piccola produzione di bibite gassate. In quei tempi la consumazione abituale in osteria era il famoso "quarto di vino con la gassosa". Il fornitore di gassosa però era spesso in ritardo con le consegne e fu proprio questo ritardo a spingere Enrico a produrre in proprio la bibita da aggiungere al vino.

Nonostante la crisi economica e sociale degli anni del dopoguerra e i mezzi molto limitati, Enrico con indubbie doti



imprenditorialità e fantasia, riuscì a dare vita alla prima produzione di bibite. Nella “fabbrica” allestita sotto la casa paterna, negli stessi locali dell’osteria, si iniziarono a produrre le prime gassose e spume nella storica bottiglietta con la pallina di vetro che faceva da tappo.

Le botti di legno contenenti i vari succhi arrivavano ad Ascoli dalla Sicilia. Venivano aperte solo al momento della miscelazione “segreta” con gli altri ingredienti. Nella produzione vennero impiegate molte donne del paese che a sera, come ultimo lavoro, incollavano a mano sulle bottiglie le etichette colorate. I primi clienti furono tutte le osterie di Ascoli e dei paesi vicini. Solo due anni dopo la nascita ufficiale, l’azienda cominciò a riscuotere i primi successi nelle Esposizioni Internazionali dell’Industria e del Lavoro di Milano e Roma. Nel 1922 furono disegnate etichette che reclamizzavano i luoghi di produzione. Negli anni successivi arrivarono etichette che sarebbero divenute icone di settore conquistando l’immaginazione dei consumatori.

Fu così che nacque Tina Frizzante, detta anche “FrizzanTina”, una simpatica figura



femminile che fece la sua prima apparizione sulle bottiglie di spuma con etichetta smaltata a colori sul vetro verde. FrizzanTina oggi è l’adultta testimonial delle Bibite Paoletti, sulle quali è ricomparsa dal 2002 dopo un accurato “restyling” che ha lasciato intatto l’allure da diva d’altri tempi.

Nel 1925 Enrico Paoletti portò i suoi prodotti alla II Exposition Internationale di Bruxelles dove la sua produzione di “eaux gazeuses” riscosse grande successo ottenendo la Gran Palma d’Onore e la Medaglia d’Oro. Tra questi vi era l’ormai famosa

**AZIENDE**  
 IN ALTO, UNA  
 FOTO STORICA  
 DELLA  
 PAOLETTI.  
 QUI SOPRA, IL  
 FONDATORE  
 ENRICO  
 PAOLETTI E, A  
 DESTRA IL  
 FIGLIO  
 GIOVANNI.



spuma bionda.

Enrico scomparve prematuramente nel 1927 a seguito di una banale caduta dal calesse proprio mentre stava distribuendo le sue bibite, e l'azienda passò alla seconda generazione (tre fratelli). Tra questi il figlio minore, Giovanni Cadorna Paoletti, mise al servizio della "Enrico Paoletti e figli" le solide conoscenze di meccanica acquisite durante il lungo servizio militare quale comandante di autoreparto. Infatti intorno al 1945 la produzione venne decisamente "meccanizzata" pur mantenendo l'impiego di 40 dipendenti. In pratica ogni famiglia del paese aveva qualcuno occupato nella "fabbrica di gazzose". Furono acquistati i primi camion per la distribuzione, dei vecchi "Dodge" e "Chevrolet", residuati di guerra, e il cavallo potette godersi il meritato riposo.

Negli anni '50 le bibite Paoletti, e in particolare la gassosa e la spuma bionda, si affermano in tutto il territorio piceno. Negli anni '60 la produzione venne trasferita nella vicina frazione di Marino del Tronto in un oleificio di famiglia ristrutturato e ampliato. Fu installata una nuova linea automatica di produzione (la celebre "Rigamonti e Villa" di Milano).

La comparsa sul mercato del PET avrebbe parzialmente sostituito il vetro. Senza cauzione, comodo e più facilmente trasportabile del vetro, il PET causò però una crisi delle piccole e medie imprese che non riuscirono più a competere con le grandi aziende nazionali e multinazionali che pianificarono produzione oraria cinque volte maggiore. La maggiore capacità di automazione e i grandi investimenti delle grandi industrie, accentuarono le problematiche delle piccole imprese italiane. Tra queste anche Paoletti che dal 1970 fino ai primi anni '90 visse uno dei momenti più

# VERMOUTH

*Tomaso Agnini*

LOCAL IS GLOBAL EDUCATIONAL

16 APRILE – BAGHERIA (PA)  
C/O NOVE COLONNE



Due anime, un solo spirito.

## Vermouth all'Aceto Balsamico di Modena

Tomaso Agnini ha unito la fama ed il gusto dell'aceto alla tradizione del Vermouth, miscelando affermate tradizioni regionali italiane.



## Vermouth al Mallo di Noce

Il mallo di noce, la polpa che avvolge il frutto, da sempre usato per il Nocino, liquore tipico della provincia di Modena.





difficili di tutta la sua storia.

Nel 1992 scomparve Giovanni Cadorna Paoletti e nel 1999 l'azienda e il marchio vennero dati in gestione. Le conseguenze di questa scelta, rivelatasi sbagliata, accentuarono la crisi aziendale. Giancarlo e Pierluigi, terza generazione Paoletti, pur provenendo da diverse esperienze professionali vollero mantenere in vita il progetto aziendale del fondatore con tutto il suo capitale di storia radicato sul territorio. Una acquisita identità più internazionale permise all'azienda di farsi conoscere an-



17 (B) 79

**B.º NARDINI**  
DISTILLERIA A VAPORE

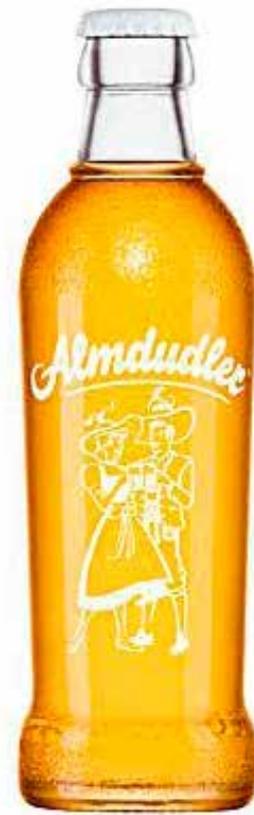
BASSANO DEL GRAPPA - ITALIA

**FATTI SORPRENDERE  
DALLA NOSTRA STORIA**

**#ladistilleriaditalia**

*Spirito Sorprendente, dal 1779*

BEVI RESPONSABILMENTE



che sui mercati esteri: una nuova storia era cominciata.

L'azienda utilizza acqua (in alcuni casi oligominerale) con particolari caratteristiche organolettiche. La storia della spuma

**ma**

**mezzoemezzo**<sup>®</sup>

NARDINI



L'APERITIVO  
STA NEL **MEZZO!**

**PREPARALO COSÌ:**

**1 PARTE**   
**MEZZOEMEZZO**

**1 PARTE**   
**DI SELTZ**

**GHIACCIO** 

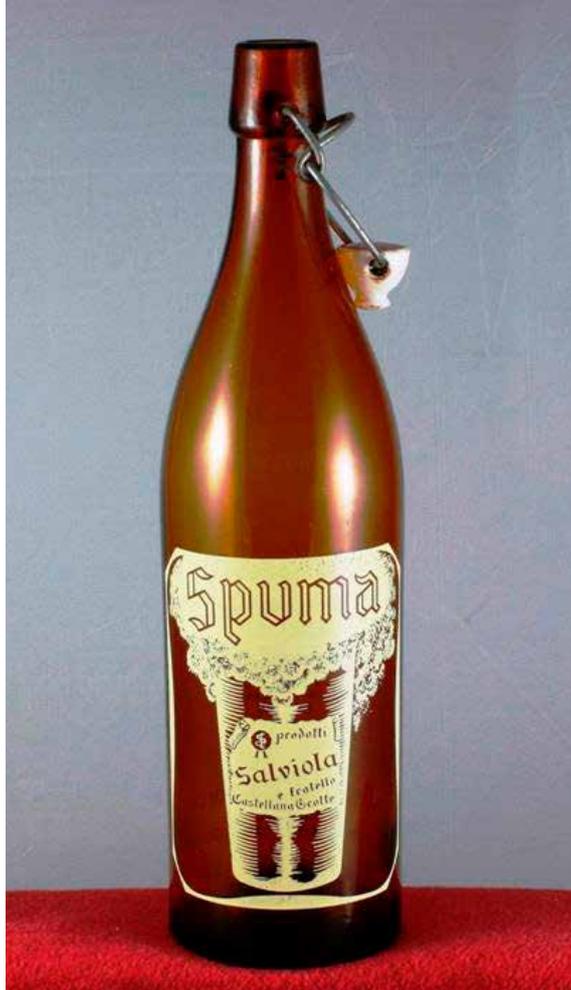
 **SCORZETTA  
DI LIMONE**



BEVI RESPONSABILMENTE

my  
Heart  
is Rouge  
my  
Senses are  
rebel  
Rouge!





non è ancora esattamente chiara, prodotta tra il 1800 e il '900 un po' in tutta Italia, per decenni ha dissetato generazioni di italiani di diversa estrazione sociale, e seppur con diversa distribuzione ancora continua a farlo. I suoi consumi sono accentuati nel centro Italia e in Toscana.

Antenata della spuma è stata la gazzosa, già sul mercato nel 1888, prima della Coca Cola. La spuma è una soda analcolica a base di acqua gassata, zucchero, quantità variabili di caramello e aromi vari (succo di limone, infuso di scorze di arancia, cedro, rabarbaro, vaniglia, spezie, altro). L'origine del nome è probabilmente una denominazione commerciale di fantasia. La spuma può essere bionda o scura e in alcuni paesi esistono bibite simili, come l'austriaca Almdudler che in Austria è seconda per consumi solo alla Coca Cola.

La spuma bionda nacque nel 1925, si dice per l'aumento del prezzo del cedro, e la Paoletti divenne ben presto una delle più rinomate. La spuma nera sarebbe

stata prodotta più tardi, probabilmente per la mancanza delle materie prime per la produzione di chinotto. Diverse fonti affermano che la spuma nera sia stata prodotta per la prima volta nel 1938 da Antonio Verga, fondatore di Spumador, con una ricetta che prevedeva 17 aromi ancora oggi segreti. Tuttavia una miriade di bibitai artigianali, i "gazzosai", personalizzavano con diversi ingredienti la propria bibita, e ci sembra difficile attribuire il merito del successo a una sola marca. Infatti esistono spume al cedro, all'arancia, alla menta e al bitter, spume bianche (simili alla gassosa), scure o bionde. Le più conosciute sono senza dubbio queste ultime due varietà, per la preparazione delle quali ogni produttore

*Antenata della spuma è stata la gazzosa, immessa sul mercato nel 1888, prima della Coca Cola*



**INVENZIONI**  
LE BOTTIGLIE  
CODD  
UTILIZZATE PER  
IMBOTTIGLIARE  
LE BIBITE  
GASSATE.  
A DESTRA, UNA  
FOTO D'EPOCA  
DI HIRAM  
CODD.

ha una propria ricetta che differisce leggermente l'una dall'altra.

L'origine della spuma nera potrebbe discendere da alcune miscele che gli osti di un tempo usavano preparare. Questi miscelevano con della gazzosa un infuso di uva sultanina con aromi e caramello. Da lì ad abbinare la spuma con il vino o con la birra, come già succedeva per la gazzosa, il passo è stato breve.

Il suo imbottigliamento, come quello di alcune bibite gassate del tempo era particolare. Il tappo era costituito da una biglia posta all'interno della bottiglia, nel collo, che sotto la spinta della pressione dell'anidride carbonica chiudeva ermeticamente la bottiglia. Questo brevetto non era italiano. Il suo autore fu l'inglese Hiram Codd

che nel 1872 escogitò questo singolare sistema. Alcune aziende che presentano queste bibite d'antan ripropongono oggi il modello con le migliorie del caso.

La bottiglia Codd, conosciuta anche come la bottiglia con la pallina, sfruttava il principio della valvola a sfera ed ebbe un rapido successo mondiale tra i produttori di sode. Hiram Codd era proprietario di un'azienda di imbottigliamento a Camberwell, in Londra. Queste bottiglie venivano realizzate con una particolare strozzatura sul collo della bottiglia, grazie a una macchina inventata sempre da Codd. La bottiglia di Codd disponeva di una doppia strozzatura sul collo, alla base e all'imboccatura. Lo spazio conseguente conteneva una biglia di vetro e una guarnizione di gomma, anch'essa brevettata, sull'imboccatura. Una volta riempita con la bevanda, la bottiglia veniva capovolta e saturata con anidride carbonica a 6 atmosfere. Ricapovolta la bottiglia, la biglia veniva spinta verso l'alto dalla pressione della CO<sub>2</sub>, si posizionava sulla guarnizione e sigillava la bottiglia ermeticamente. Per



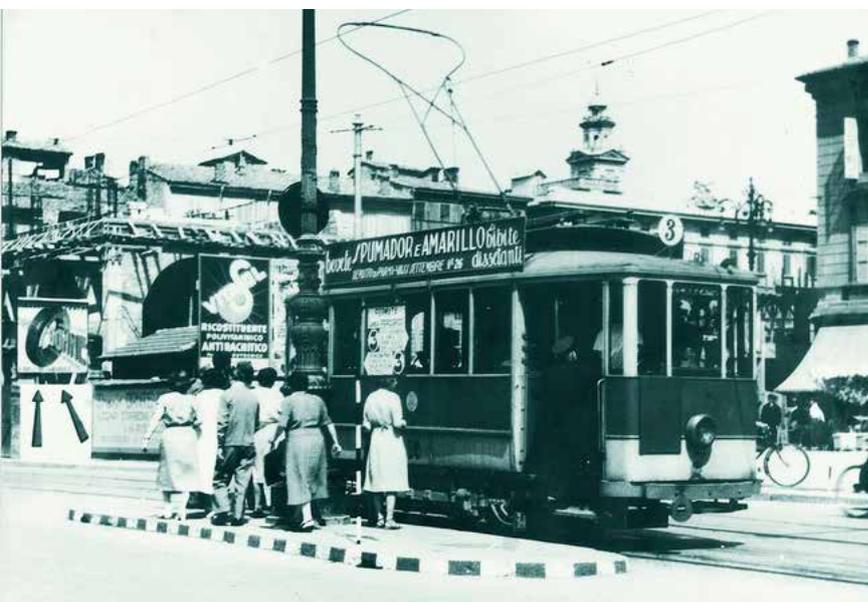
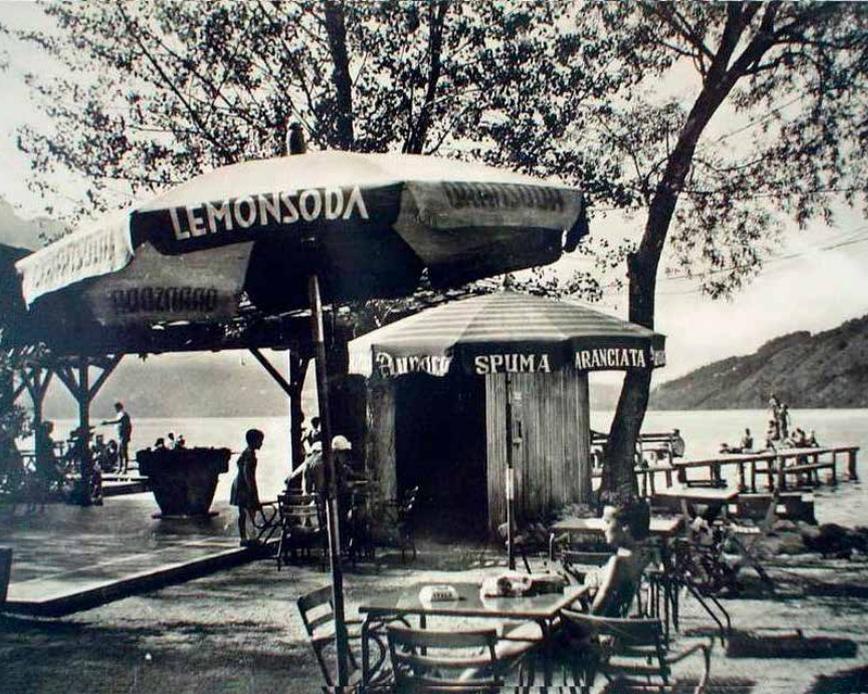
biliq

oltre l'amaro

Intenso, raffinato, versatile. Erbe officinali e spezie, provenienti da tutto il mondo, gli conferiscono un gusto esclusivo, perfetto anche nella mixology ricercata.

Biliq è oltre l'amaro, verso la creazione di nuovi rituali.





diversi decenni le bottiglie furono utilizzate da chiunque sino a quando non apparvero i tappi meccanici e quelli a corona.

Il tappo meccanico era stato brevettato nel 1875 ma entrò in produzione nel 1892. La comparsa di questo nuovo sistema avrebbe decretato la fine della bottiglia Codd. La sua produzione in Inghilterra si interruppe nel 1930, in Germania sarebbe andata avanti sino agli anni '50. Al momento dell'apertura delle bottiglie si produceva un tipico rumore che in Austria e Germania dette un ulteriore nome, in questo caso onomatopeico, alle bibite: Kracherl.

Come veniva aperta la bibita confezio-

nata con la bottiglia Codd? Era necessario esercitare una pressione con le dita sulla pallina. Ciò favoriva la fuoriuscita di una quantità di gas sufficiente a far perdere alla pallina la capacità di aderire all'imboccatura. La pallina si posizionava tra le due strozzature perché quella posta alla base del collo le impediva di andare sul fondo bottiglia. Ma le bottiglie Codd erano utilizzate anche in un altro modo, più singolare ma per fini delinquenti. I pescatori di frodo le riempivano con carburante di calcio e le lanciavano in mare. Il carburante di calcio a contatto con l'acqua si trasformava in gas acetilene che permetteva alla biglia di tappare la bottiglia. Saturata di acetilene



la bottiglia esplodeva causando strage di pesci. La bottiglia Codd è ancora utilizzata per la produzione delle bibite gassate giapponesi Ramune e per l'indiana Banta, in Italia l'azienda italiana Abbondio la rilanciò nel 2007.

Nel 2009 le bibite Paoletti sono state

inserite tra le "Eccellenze Picene", nella categoria dei prodotti storici di maggiore qualità e prestigio della Provincia di Ascoli Piceno. Un premio che ha sicuramente confortato gli sforzi dell'azienda. Oggi, gli elementi tradizionali del prodotto, riattualizzati in chiave moderna, hanno permesso all'azienda di ripresentarsi in un mercato diverso, con nuove esigenze e più competitivo. Una sfida alla quale Paoletti, con la sua lunga storia, non ha voluto sottrarsi.

**Alessandro Palanca**

## RICETTE SPUMA



### **L'INSOLITO di Christopher Rovella - Muà - Genova**

#### **INGREDIENTI**

- 1 oz vino Nibiò id Tasarò da a pikula rüsa (vitigno autoctono)
- 1 oz Amaro Soldatini
- 1/4oz Liquore di erba cedrina
- Top Spuma Nera Baladin

Tecnica: build. Bicchiere: vintage Collins.

Guarnizione: caramello all'erba cedrina.



### **LA MISCELA di Beatrice Marri - Caffè Chieli - Sansepolcro (AR)**

#### **INGREDIENTI**

- 30 ml Lillet blanc
- 30 ml Bitter Rouge
- Top di spuma Maniva

Metodo: build. Glass: tumbler alto.

Garnish: buccia di arancia e limone.



### **(AL)MOST JULEP di Giulio Tabaletti - Gradisca Caffè - Genova**

#### **INGREDIENTI**

- 4cl Ice Most Tosolini
- 2cl succo di lime
- 2cl simple syrup
- Foglie di menta fresca
- Top Spuma Bionda Paoletti

Metodo: shaker e fine strain.

Glass: julep cup ghiacciata su cubetti di ghiaccio intero.

Garnish: menta fresca.



### **ITALOAMERICANO di Francesco Silvestri – La Nuova Lavanderia – Pescara**

#### **INGREDIENTI**

- 45ml Americano Cocchi
- 25ml FerroChina Baliva
- 25ml Bitter Gran Classico Tempus Fugit
- Top di Spuma Nera Paoletti.

Tecnica: build on the rocks. Glass: Bormioli Rocco Bodega 335ml.

Garnish: zest di limone.



### **SPUMA N' TELLO di Angelo Sciacchitano – Bottigliera del Massimo (Palermo)**

#### **INGREDIENTI**

- 3cl Marsala Ambra semisecco Cantine Pellegrino
- 1cl amaro Averna
- 2cl sherbet di arancia e pera
- Top di spuma Polara

Tecnica: build. Glass: Collins con ghiaccio.

Garnish: menta liofilizzata in superficie, uva passa e twist di limone.



### **GIULIANO ALLA GINESTRA di Leonardo Romano – Exlibris – Bagheria (PA)**

#### **INGREDIENTI**

- 2,5 cl Passito di Pantelleria Florio
- 1 cl crema di mandorle Martinez
- 1,5 cl Vecchio Amaro Florio percolato con origano fresco di Baaria
- 1 cl alcolato di cucunci\* hm
- 3 cl spuma bionda Paoletti

Metodo: stir & strain. Glass: bicchiere in ceramica.

Garnish: rametto di origano locale e foglia di alloro.

\*cucunci: frutto del capperio selvatico

# RITORNO AL FUTURO

La scelta  
dell'agricoltura  
biodinamica  
a tutela  
del terroir

DI VALENTINA RIZZI



**N**el corso degli anni si stanno modificando idee e metodi per la produzione dello Champagne. È in atto un ritorno alle vecchie pratiche agricole con un'attenzione maggiore alla riqualifica e al rispetto del bistrattato terreno champenoise. È ormai noto che una viticoltura più attenta sa restituire in maniera unica una delle peculiarità di quello che ha fatto grande lo champagne: il terroir.

La domanda sorge spontanea: cos'è esattamente la biodinamica? In realtà, in due parole, agricoltura biodinamica rac-

chiude un modo di lavorare, osservare, di vivere la terra. Una filosofia di vita per apprezzare tutta l'armonia di un campo coltivato, il succedersi delle stagioni e del tempo. Con il metodo biodinamico l'agricoltura è in sintonia con la natura, con la terra e con gli uomini. La concimazione, la coltivazione e l'allevamento sono attuati con modalità che rispettano e promuovono la fertilità e la vitalità del terreno e allo stesso tempo le qualità tipiche delle specie vegetali e animali. Il profondo legame con la natura e il completo rispetto dei suoi ritmi portano, con



**CHAMPAGNE**  
LA ZONA DI  
PRODUZIONE E  
LA CANTINA  
DELL'AZIENDA  
FLEURY.



l'agricoltura biodinamica, ad abolire l'utilizzo di fertilizzanti minerali sintetici e di pesticidi chimici, a gestire il terreno seguendo i cicli cosmici e lunari.

La base ideale per creare un'unità biodinamica è l'azienda agricola con un allevamento di bestiame. Infatti gli animali costituiscono un elemento importante di questo organismo, fornendo prezioso fertilizzante da usare dopo il compo-

staggio per incrementare la vitalità del terreno. Secondo il metodo biodinamico, la fertilità e la vitalità del terreno devono essere ottenute con mezzi naturali: composto prodotto da concime solido da cortile, materiale vegetale come fertilizzante, rotazioni colturali, lotta antiparassitaria meccanica e pesticidi a base di sostanze minerali e vegetali. Rendendo vitale la terra e aumentandone l'attività



**PRODUTTORI**  
 QUI SOPRA  
 FLEURY PERE E  
 FAMIGLIA.  
 IN ALTO LA  
 SEDE  
 DELL'AZIENDA.

biologica, le piante crescono in modo naturale, nutrite dall'ecosistema del suolo. La concimazione e la cura del terreno sono quindi finalizzate all'ottenimento e al mantenimento di questo equilibrio.

La parte "dinamica" del metodo biodinamico mette in evidenza il fatto che le forze terrestri influenzano la crescita delle piante. Wolfgang Schaumann, noto promotore della biodinamica, sostiene che «la terra è immersa nelle sfere planetarie del nostro sistema solare e le forze planetarie si imprinono, ad esempio, sulla morfologia delle piante».

Gli agricoltori biodinamici utilizzano le proprie conoscenze sul piano pratico, scegliendo il momento per seminare e per piantare, per utilizzare varie techni-

che di coltura ed effettuare il raccolto, in base alle forze cosmiche attive in quel momento (entro i limiti consentiti dalle condizioni climatiche). Parimenti, i pianeti esercitano un'influenza su metalli, rocce, piante, animali e sull'uomo (i cosiddetti influssi astrali, così denominati dal greco "aster" che significa "stella"). Come il sole contribuisce alla crescita delle piante e la luna, ad esempio, influisce sul contenuto idrico di tutti gli organismi, i pianeti influenzano la terra e i suoi abitanti.

Fin dall'antichità, i pianeti sono stati suddivisi in pianeti vicini (Luna, Mercurio e Venere tra la terra e il sole) e pianeti lontani (Marte, Giove e Saturno). I pianeti vicini operano direttamente attraver-

RUM APPENA NATI NEL 2016  
E GIÀ PLURIPREMIATI.

RARE PROOF  
INVECCHIATO 20 ANNI



RARE PROOF  
INVECCHIATO 18 ANNI



RARE PROOF  
INVECCHIATO 13 ANNI



# Rum Malecon

RARE PROOF

RUM MALECON RARE PROOF...  
**INTENSO COME  
UN GENTLEMAN!**

*Una nuova famiglia al giusto "high proof",  
con una gradazione forte ma equilibrata  
che esalta il sapore del rum.  
Dedicata ai veri amanti dei distillati!*



BEVI RESPONSABILMENTE

LA NOSTRA GAMMA COMPLETA

- Invecchiato 20 anni - 48.4% vol.
- Invecchiato 18 anni - 51.7% vol.
- Invecchiato 13 anni - 50.5% vol.

SAVIO s.r.l. - Châtillon (AO) - Tel. + 39 0166 56 03 11 - [Info@saviotrading.it](mailto:Info@saviotrading.it) - [www.saviotrading.it](http://www.saviotrading.it)

## SAVIO

CHOOSE. TASTE. ENJOY.



**PRODUTTORI**  
 QUI SOPRA,  
 FLEURY PERE.  
 NELLA ALTRE  
 FOTO ALCUNI  
 INTERNI  
 DELL'AZIENDA.

so l'atmosfera o indirettamente tramite l'acqua, l'humus o il calcio (calcare, potassio e sodio) sulla crescita delle piante. Le influenze di Marte, Giove e Saturno sono canalizzate attraverso il calore e il silice (quarzo, feldspato, mica e orneblenda); penetrano attraverso il contenuto di silice del suolo e salgono nella

pianta esprimendosi nei colori dei fiori e nella frutta e nella produzione di semi.

Nel sogno di produrre in biodinamica nel sud della Champagne, incontriamo uno fra i primi o forse addirittura il primo a passare a questo regime, continuando la sua produzione di Champagne. A Courteron, due passi dal confine con la

Vermouth & Spirits  
**DEL PROFESSORE**



ITALIAN HERITAGE

*tradizione  
terroir  
persone*



*Bitter Del Professore  
Liquore di colore rosso rubino naturale  
dai sentori di arancio, ginepro e genziana.  
Nasce dall'accurata ricerca delle spezie  
e dei frutti migliori e dalla nostra  
esperienza artigiana nel lavorarli.*

BEVI RESPONSABILMENTE

VERMOUTH & SPIRITS DEL PROFESSORE  
VERMOUTH Classico | VERMOUTH Rosso | VERMOUTH Vaniglia |  
VERMOUTH Whisky finish | VERMOUTH Rum finish |  
GIN Monsieur | GIN Madame | GIN Crocodile | APERITIVO | BITTER



**MARNE**  
 QUI SOPRA,  
 FRANCOISE  
 BEDEL E SUO  
 FIGLIO  
 VINCENT.  
 IN ALTO LA  
 SEDE  
 DELL'AZIENDA.

Borgogna troviamo Jean Pierre Fleury.

Dopo aver preso in mano il testimone della cantina di famiglia fondata nel 1895 da Emile il quale iniziò piantando ceppi di Pinot innestati su vite americana dopo l'avvento distruttivo della fillossera, Jean Pierre Fleury nel 1989 ha convertito i vigneti alla coltivazione biodinamica. Primo vignaiolo della Champagne a seguire questa filosofia naturale. Oggi è affiancato dai tre figli Morgane,

Jean Sébastien e Benoit, ed è una mosca bianca nell'universo champenois. Per lui, che da bambino sognava di diventare astronomo, l'incontro con l'agricoltura biodinamica che tiene conto della posizione degli astri deve essere stata un'autentica rivelazione.

Fleury offre una gamma molto ampia, dal classico Blanc de Noirs al Rosé de Saignée passando per diverse bottiglie *haute gamme* sino ai millesimati più importanti. Fleury è sempre pronto a sperimentare nuovi dosaggi o assemblaggi sicuro dell'esperienza che deriva dalla lunga tradizione. Uno stile di produzione che prosegue nella continua ricerca di innovazione, portando avanti la filosofia dell'*art d'être naturel*.

**Robert Fleury 2005 Extra Brut**, è una cuvée "bizzarra" ottenuta con: 35% Pinot Noir, 25% Chardonnay, 28% Pinot Blanc, 12% Pinot Meunier.

È una cuvée prodotta da Jean-Pierre, particolarmente significativa dedicata a suo padre, ma solo con grappoli prove-

nienti dalle viti più vecchie, pressati con torchio tradizionale “Coquard” dalla capacità di 4 tonnellate. Il mosto fermenta in barriques e nell’agosto successivo alla vendemmia il vino viene assemblato e va in bottiglia per la presa di spuma e l’affinamento *sur lies* per oltre 4 anni. Colore paglierino dorato, ottimo perlage e bollicine finissime, Al naso aromi leggermente in stile ossidativo, minerali, con note di nocciola, burro, fiori bianchi. In bocca è intenso e di bella complessità, con un accenno agrumato a rinfrescare la beva, insieme a note di mandorle tostate e con un lungo e fresco finale.

Sicuramente una cuvée degna di nota, sia per la sua storia sia per il prodotto finale; un incontro piacevole tra biodinamica e la bollicina distintiva dello Champagne. Nulla toglie l’uno all’altro, un equilibrio unico.

Dal re della biodinamica alla *dame du vin*, troviamo la Cuvée RW di Françoise Bedel, classificato Recomand Manual, gestito proprio da una donna. Non fatevi sorprendere da ciò, fin dall’antichità dietro un grande nome c’è sempre stata una grande donna. La *Dame du Vin*, fautrice della biodinamica che ha sperimentato fra le prime, produce ora prodotti certificati. Coltiva i suoi 8 ettari di vigneto (piantati a Pinot Meunier per il 78%, a Chardonnay per il 13% e a Pinot Noir per solo il 9%) a Crouettes-sur-Marne, grazioso villaggio incastonato all’interno della Vallée de la Marne.

Nulla è convenzionale da Françoise Bedel. A partire dal 1998, infatti, l’azienda inizia la conversione verso i metodi biodinamici che oggi, passo dopo passo, prevedono la preparazione dei composti in loco e il rispetto del calendario di Maria Thun. In cantina sono alla continua

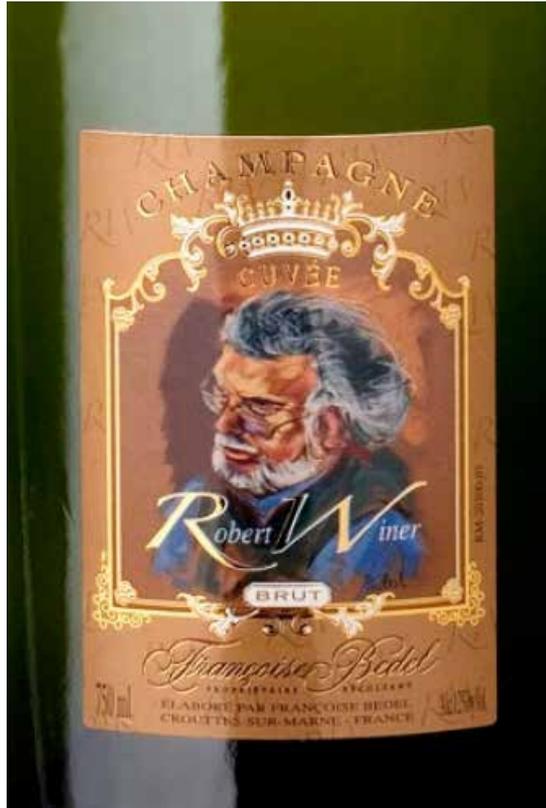


ricerca di armonia ed equilibrio per la vigna e il vino.

Le cuvée si creano sfruttando le caratteristiche dei diversi vini di base. Così come un pittore usa le sfumature dei colori per realizzare i suoi quadri, la Bedel assembla le varie basi usando le differenti qualità organolettiche dei vini derivanti dal terroir. Più degustazioni alla cieca vengono fatte da ottobre a maggio (seguendo il calendario lunare e planetario di Maria Thun).

Maria Thun nasce nel 1922 in una famiglia di coltivatori tedeschi; è la creatrice del calendario biodinamico. Questo è basato sulle fasi lunari, sui movimenti e posizione dei pianeti (che contribuiscono a facilitare e migliorare la coltivazione delle piante in relazione ai ritmi e alle forze cosmiche) per cercare il matrimonio perfetto tra i tre *cépages*, quindi il Pinot Meunier, lo Chardonnay e il Pinot Noir.

*Le cuvée si creano sfruttando le caratteristiche dei vini base. Al pari di un pittore che usa le sfumature dei colori*



**Cuvée RW (Robert Winer) Millésime 1996:** 6% Pinot Noir, 6% Chardonnay, 88% Pinot Meunier.

Questo Champagne, prodotto solo in occasione della vendemmia 1996, è dedicato alla psichiatra americano Robert Winer, amico di Françoise e convinto assertore della biodinamica. Colore oro carico, con caldi riflessi ambrati, affascinante l'intuizione di un millesimo già segnalato. Il naso è espressivo, coinvolgente; intriganti aromi di frutta secca e tostatura, mela golden e pan di zenzero insieme a tanta mineralità. All'assaggio la vivace freschezza che si sprigiona sulla lingua va di pari passo con la cremosità e con la percezione del perlage. È ampio, di buona potenza, rotondo e molto piacevole. Le note di questo dolce speziato si mescolano in maniera omogenea con quelle di agrumi non troppo citrini e per questo eleganti. Non dimostra la sua età, proprio no, e non è ricorso a strane alchimie per

restare giovane, lui è così naturalmente e semplicemente. Gli aromi dati dagli anni di riposo di questo vino regalano una complessità che si poteva facilmente intuire.

Un'agricoltura biodinamica se eseguita con regole ben precise, con i tempi giusti e con il rispetto del terroir di coltivazione, regala, come abbiamo potuto leggere qualche riga più su, splendide cuvée. Non fermiamoci a pensare che il biodinamico sia solo una moda, un'onda da seguire perché commercialmente interessante e redditizia. Il biodinamico è molto di più per quei produttori che mettono anima e corpo nella loro terra e nel loro Champagne! Fleury Père e Françoise Bedel hanno voluto sposare quella che non è solo una tecnica di coltivazione ma un vero e proprio stile di vita. Champagne di una pulizia, eleganza e freschezza del tutto sorprendenti: niente da invidiare a chi il biodinamico non lo produce.

**Valentina Rizzi**

Vermouth & Spirits  
**DEL PROFESSORE**  
— ITALIAN HERITAGE —

*tradizione  
terroir  
persone*



*Vermouth di Torino*

*Realizzato in Piemonte con i migliori  
ingredienti naturali, in gran parte raccolti  
sulle colline e sulle montagne  
che circondano la nostra distilleria.*

**VERMOUTH & SPIRITS DEL PROFESSORE**

VERMOUTH Classico | VERMOUTH Rosso | VERMOUTH Vaniglia |  
VERMOUTH Whisky finish | VERMOUTH Rum finish |  
GIN Monsieur | GIN Madame | GIN Crocodile | APERITIVO | BITTER

A black and white close-up portrait of Jimmy Barrat. He has a beard and his hair is pulled back. He is looking directly at the camera with a serious expression. The background is dark and out of focus.

---

# SULLE ALI DI UN ALBATROS

Jimmy Barrat di Zuma:  
prendo ispirazione  
dalla storia e dalla poesia

DI FABIO BACCHI

**E**ssere un top barmanager con responsabilità di sviluppo di un global bar brand è un impegno totalizzante, non proprio una passeggiata. Jimmy Barrat risiede a Dubai, è il global bar development director di Zuma gruppo nel quale lavora da diversi anni. La sua versione del Penicillin con influenze giapponesi è probabilmente il twist meglio riuscito del celebre drink newyorkese.

Nel suo approccio ispirativo alla creazione dei drink Jimmy ha un atteggiamento che spazia dalla storia alla poesia, sua grande passione, con una sfumatura mistica. Quando decise di utilizzare il legno ricavato da una botte di Macallan per procedere all'affumicatura del Japanese Penicillin, sospirando pensò «stiamo bruciando un pezzo di storia!».

Ascolto Jimmy mentre mi parla dal suo ufficio di Dubai, con voce ferma e sicura, come quella di chi è chiamato a fare scelte importanti al momento giusto. Idee chiare che diventano strategie, obiettivi, risultati dai quali dipendono importanti investimenti.

### **L'importanza di un incontro**

«Per la verità ho conosciuto Cherry Heering – racconta Jimmy – quando conobbi Adele Robberstad, a Dubai, in Zuma, e mi parlò del suo liquore di ciliegie, della sua storia, della sua versatilità in miscelazione. Successivamente gettammo le basi per dei progetti di lavoro comune. Cherry Heering è protagonista in ricette milestone della miscelazione. È stato facile farsi conquistare da Cherry Heering e oggi celebriamo orgogliosamente i suoi 200 anni di storia. Nella nostra industry i rapporti sono molto importanti, attorno a dei brand si costruiscono amicizie che nascono in modo simpatico, che poi origi-



nano anche importanti rapporti di lavoro.

### **Cosa ti ha ispirato il cocktail per celebrare il bicentenario di Heering?**

«Per celebrare Cherry Heering mi sono ispirato al 1857, l'anno della creazione del Brandy Crusta dell'italiano Joseph Santini. È il cocktail in cui, probabilmente, fu usato per la prima volta il succo di limone e lo considero una pietra miliare della miscelazione. La sua versatilità ha aperto la strada a tanti altri classici che ancora oggi sono molto richiesti. Il 1857 è anche l'anno in cui Charles Baudelaire scrisse il mio libro di poesie preferito, *Le Fleur du Mal*, la maggiore espressione del movimento modernista e simbolista che trattava temi di attualità come la decadenza e l'erotismo. Tra i suoi ingredienti vi sono miele tartufato, Cognac e Cherry Heering. Il drink rappresenta

perfettamente l'opulenza dei banchetti che si celebravano al tempo del Secondo Impero Francese con Napoleone III. Fu un momento di grande crescita del movimento artistico letterario nelle sue massime espressioni, Impressionismo, Realismo, Parnasse. Ho chiamato il drink Albatros e, naturalmente, è presentato in un bicchiere che ricorda il volatile citato da Charles Baudelaire nel suo capolavoro letterario».

### **Le speranze di Jimmy**

«Apprezzo molto il programma di sostenibilità ambientale a cui il bartending globale si sta sensibilizzando e ispirando. E'una grande occasione per manifestare la vicinanza della bar industry verso temi che hanno a cuore la salvaguardia del pianeta. Senza dimenticare che il nostro è un business fatto di pro-

dotti, idee, ma soprattutto, di persone a cui piace viverlo e che sono al centro di esso. - Come sarebbe il bartending che vorresti?- Il bartending attuale ha capitalizzato al meglio la storia del drink, ha riportato all'attenzione antiche ricette e le loro tecniche di esecuzione, ha migliorato tanto il modo di bere. Forse c'è un eccessivo tecnicismo che ha raffreddato l'animo del bartender verso il cliente. Chi frequenta i bar non lo fa per essere acculturato da un accademico degli spiriti, piuttosto cerca un posto divertente dove sentirsi a casa, l'atmosfera conviviale del conoscere gente. Su questo punto ogni bartender dovrebbe riflettere, tornare ad essere meno social media e più vicino alle reali esigenze del nostro pubblico».

**Fabio Bacchi**

## **LA RICETTA**

### **ALBATROS**

Souvent, pour s'amuser, les hommes d'équipage  
Prennent des albatros, vastes oiseaux des mers,  
Qui suivent, indolents compagnons de voyage,  
Le navire glissant sur les gouffres amers.  
À peine les ont-ils déposés sur les planches,  
Que ces rois de l'azur, maladroits et honteux,  
Laissent piteusement leurs grandes ailes blanches  
Comme des avirons traîner à côté d'eux.  
Ce voyageur ailé, comme il est gauche et veule !  
Lui, naguère si beau, qu'il est comique et laid !  
L'un agace son bec avec un brûle-gueule,  
L'autre mime, en boitant, l'infirme qui volait !  
Le Poète est semblable au prince des nuées  
Qui hante la tempête et se rit de l'archer ;  
Exilé sur le sol au milieu des huées,  
Ses ailes de géant l'empêchent de marcher.

### **INGREDIENTI**

- 50ml Hennessy Cognac XO
- 20ml Cherry Heering
- 15ml miele tarufato\*
- 10ml lemon juice

Metodo: shake

Glass: glass bird

Garnish: menta fresca per la coda, cioccolato (per le ali), glassa di zucchero per le ali.

\*Se il miele tartufato non è reperibile è possibile prepararlo homemade aromatizzando del miele con tartufo nero.



Vermouth & Spirits

**DEL PROFESSORE**



ITALIAN HERITAGE

*tradizione  
terroir  
persone*



*Aperitivo Del Professore*

*Nasce dall'accurata infusione artigianale di mandarino, limone, genziana ed altre spezie. I suoi sapori e colori mediterranei rievocano le atmosfere dei favolosi anni '50.*

*Da assaporare in lieta compagnia al calar del sole.*

BEVI RESPONSABILMENTE

VERMOUTH & SPIRITS DEL PROFESSORE

VERMOUTH Classico | VERMOUTH Rosso | VERMOUTH Vaniglia |  
VERMOUTH Whisky finish | VERMOUTH Rum finish |  
GIN Monsieur | GIN Madame | GIN Crocodile | APERITIVO | BITTER

# SCOTCH, CHE PASSIONE

La kermesse romana, giunta alla settima edizione, sfodera risultati più che lusinghieri

DI GIULIA ARSELLI FOTO DI ALBERTO GRANATA



La settima edizione di Roma Whisky Festival by Spirit of Scotland si è svolta nelle giornate del 3 e 4 marzo presso il Salone delle Fontane di Roma Eur.

Roma Whisky Festival by Spirit of Scotland è nato nel 2012 grazie alla passione di uno dei due fondatori, Andrea Fofi, e per quella del Whisky da parte di Rachel Rennie. La compagine si è poi allargata con l'arrivo di Pino Perrone, Emiliano Capobianco e Andrea Franco e la manifestazione è cresciuta in modo esponenziale, al punto tale da poter essere annoverata tra i Festival internazionali di maggior rilievo.

Il più importante evento di settore italiano si è confermato un imperdibile appuntamento per tutti coloro che vivono il mondo del Whisk(e)y. Il folto programma ricco di degustazioni, masterclass e seminari sulla mixology, affidati a esperti del settore e ospiti internazionali, ha fatto segnare il tutto esaurito in ogni ordine di posto e grado. L'obiettivo di creare appuntamenti ad alto contenuto di "single malt" è stato raggiunto in pieno.

Come di consueto la direzione artisti-



ca dell'evento era a cura di Andrea Fofi, affiancato dai due Whisk(e)y consultant, Pino Perrone e la scozzese Rachel Renne.

Da quest'anno l'evento ha un nuovo nome. «In questi sette anni – ha sottolineato Andrea Fofi – sono stati tanti i cambiamenti che ad oggi è considerata tra le più importanti a livello internazionale, con oltre 60 aziende partecipanti, più di

1.500 etichette in degustazione, brand provenienti da tutto il mondo e guest di livello internazionale che hanno animato la due giorni con masterclass, seminari mixology, talk, tutti ad alto contenuto. Ecco perché si è reso necessario, a causa del numero sempre più crescente di brand, aziende e distillerie non scozzesi che prendono parte al Festival, il cambiamento di denominazione della manifesta-



zione in Roma Whisky Festival».

I numeri dicono che l'affluenza di pubblico ha avuto un incremento del 15% rispetto alla scorsa edizione, con circa 4.500 visitatori in due giorni, a fronte di 60 aziende di Whisk(e)y e 10 di Cognac & Armagnac presenti. La lista degli espositori presenti era completata da altre 10 aziende extra-Whisk(e)y (food, sodati, bar tools) e da 6 cocktail bar di fama nazionale. Da Roma il The Jerry Thomas Project, l'Argot, il Banana Republic, il Bar

Botanico e il Freni e Frizioni, da Milano il The Spirit.

Settanta i giornalisti accreditati alla scoperta di etichette provenienti da Scozia, Irlanda, Galles, Stati Uniti, Canada, Giappone, India, Francia, Italia (con Puni), Islanda, Taiwan e Australia. Sedici le masterclass e sette i seminari dedicati alla mixology. Tra le masterclass citiamo quella sui Whisky giapponesi con l'Ichiro's Malt della distilleria Chichibu.

Allo stand Pernod Ricard era possibile

# VARNELLI

dal 1868

SHALL  
WE MIX?



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

BEVI RESPONSABILMENTE



assaggiare delle nuove referenze legate a Ballantine's. Glenfarclas ha presentato due Single Cask Family Reserve e due original bottling non ancora svelati dall'azienda. L'organizzazione ha provveduto a organizzare una serie di mini corsi di 25 minuti ciascuno con l'obiettivo di introdurre al Whisk(e)y gli appassionati neofiti.

Tra gli altri eventi, il seminario mixology del binomio bar Termini e Untitled

di Londra, che hanno presentato la loro idea di Whisk(e)y in miscelazione. Quindi, le masterclass con ospiti illustri. Paul John ha parlato del Whisky indiano proveniente da Goa; Franco Gasparri delle ultime Special Release di Diageo. La distilleria Penderyn Wales Whisky ha presentato "Un viaggio attraverso i metodi di produzione di Penderyn" con le espressioni dell'unico Whisky gallese. The Macallan era *on stage* con l'European Brand

**Ian Burrell, World Rum Ambassador**



- Crisp Apple Reàl**  
*Made with premium Red, Golden and Granny Smith Apples grown in the United States*
- Piña Reàl**  
*Infused with premium pineapples from Costa Rica*
- Black Cherry Reàl**  
*Infused with premium Chilean Black Cherries*
- Blueberry Reàl**  
*Infused with premium Goldtraube Blueberries from the Pacific Northwest*
- Peach Reàl**  
*Infused with Elegant, Summer & Rich Lady Peaches*
- Mango Reàl**  
*Infused with Alfonso Mangoes from India*
- Raspberry Reàl**  
*Infused with Willamette and Glen Clova Raspberries from the Pacific Northwest*
- Coco Reàl**  
*Contains real coconut meat from hand-picked tropical Coconuts*
- Strawberry Reàl**  
*Infused with hand-picked Camorosa, Ventana and Albion Strawberries from California*
- Pumpkin Reàl**  
*Infused with premium pureed Pumpkin, the Jalisco region of Mexico and hints of cinnamon, ginger, nutmeg and clove*
- Agave Reàl**  
*100% organic blue Agave Nectar from the Jalisco region of Mexico*
- Ginger Reàl**  
*Infused with premium Laiwu Ginger puree*
- Passion Reàl**  
*Infused with premium Purple Passion Fruit from Vietnam*
- Kiwi Reàl**  
*Infused with premium Kiwi from New Zealand*



**Flavorful**



**Mixable**



**Squeezable**

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

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A. - [WWW.ONESTIGROUP.COM](http://WWW.ONESTIGROUP.COM)  
 vendite@onestigroup.com



Ambassador, Nicola Risk.

Nel panorama Cognac la Global Brand Ambassador di Courvoisier ha illustrato le qualità del nobile distillato. Fabio Bacchi ha illustrato le caratteristiche di Glelivet Nadurra in tasting e miscelazione. Davide Terziotti, autore del libro “My Name is Whisky”, volume interamente dedicato al Single Malt Scotch Whisky e ad alcuni dei suoi protagonisti, ha colto l’ocasio-

ne per presentare l’opera alla platea di appassionati romani.

Come di consueto sono stati consegnati i premi del festival, per i migliori Whisk(e)y, valutati da una giuria di esperti secondo la regola del blind tasting. L’appuntamento è per l’edizione 2018 per la quale si annunciano sin da adesso importanti novità.

**Giulia Arselli**



**Categoria  
BEST SINGLE SCOTCH MALT**

- 1) Bowmore 25 yo  
(Bacardi/Martini & Rossi)
- 2) Aultmore 25 yo  
(Bacardi/Martini & Rossi)
- 3) Ardbeg An Oa  
(Moet-Hennessy)

**Categoria  
BEST WORLD WHISKY**

- 1) Kirin Whisky  
(Rinaldi)
- 2) Puni Sole  
(Puni Distillery)
- 3) Akashi Meisei  
(Meregalli)

**Categoria  
BEST SINGLE CASK**

- 1) Glenfarclas The Family Cask  
1998 (Rinaldi)
- 2) The Glenlivet Single Cask  
Meiklour (Pernod-Ricard)
- 3) Wilson & Morgan Ledaig 2008  
(Rossi & Rossi)



# CONFESIONI DI UN DEGUSTATORE

«I punteggi non servono»

DI PINO PERRONE

**G**li antichi latini avevano un singolare modo di gestire le consultazioni popolari. Prima che prevalesse l'uso di votare tramite una scheda, il segretario dello scrutinio domandava a ogni elettore la sua preferenza, quindi segnava i voti che man mano erano dichiarati, segnando un punto su una tavoletta incerata recante le iniziali del candidato. Da ciò deriva l'espressione di "portare tutti i punti" cioè essere eletto a pieni voti. Dunque la parola "punto" deriva dal simbolo ortografico.

Intorno al 1500 l'abate Martino del monastero di Asello, in Toscana, volendo abbellire la sua abbazia decise di mettere un cartello di benvenuto sul portale della stessa. Vi era scritto: *Porta patens esto. Nulli claudatur honesto* cioè "La porta resti aperta. Non resti chiusa a nessun uomo onesto". Chi la scrisse, però, sbagliò a mettere il punto inserendolo dopo *Nulli*. La frase immediatamente cambiò significato in "La porta non resti aperta per nessuno. Sia chiusa all'onesto". La notizia giunse fino al Pontefice che privò

l'abate dell'incarico, perse cioè la mantella. Da qui il detto "Per un punto Martino perse la cappa".

L'importanza del punto e il suo significato sono stati strumenti di valutazione su diverse scale di giudizio. La più usata è certamente quella in centesimi per quel potere affascinante e divinatorio che ha il numero cento. Infatti esso è un numero da sempre legato alla divinità. Rappresenterebbe addirittura Dio. Già i pitagorici ritenevano che tale numero fosse divino giacché è il quadrato della cifra 10, considerato perfetto poiché è composto di 1, l'inizio di ogni cosa, e 0 il nulla. L'unione tra i due racchiudeva l'universo che secondo gli stessi era composto di dieci pianeti. Ma anche la cabala ebraica lo considerava un numero divino. Corrispondeva alla lettera Q (in ebraico *Qoph*) che significava Santità nel senso di essere al di là del bene e del male. Con tali premesse viene istintivo pensare che, qualora non si resisti proprio ad attribuire un determinato punteggio all'oggetto di giudizio, il 100 non dovrebbe mai essere utilizzato. E invece ciò accade.

Ora veniamo al dettaglio di quello che avviene nell'ambito delle degustazioni dei Whisky, ma lo stesso si potrebbe dire per il vino, la birra o quant'altro. Come qualcuno già sa, personalmente non leggo le note di degustazione che sono pubblicate, neppure quelle delle voci più autorevoli del settore, perlomeno in maniera sistematica e continuativa. Questo non significa che non sia attento a ciò che avviene in giro. Il sottoscritto da sempre non avverte alcuna necessità di dover attribuire un punteggio a chicchessia e onestamente non m'interessa capire ciò che spinge qualcuno invece a farlo, soprattutto quando non si è chiamati a doverlo fa-



re. A questo potrebbero dare una risposta gli psicologi e i sociologi.

Personalmente ritengo responsabile di questa deriva, il propagarsi in maniera esponenziale di programmi televisivi, dove si è giudicati. Questi giudici assumono le vesti di carnefici e sono convinto che a qualcuno piacerebbe essere al loro posto. Molto spesso però, ci si dimentica che dietro a un prodotto degustato ci sono delle persone che lavorano e che hanno impegnato il loro tempo e il loro denaro per realizzare quanto si è assaggiato. Una stroncatura potrebbe essere umiliante ed esiziale. Provate a mettervi nei loro panni rapportandolo al lavoro che quotidianamente svolgete. Ritengo importante porsi in maniera più rispettosa di fronte a qualsiasi valutazione. E questo vale per chiunque si cimenti, sia per i degustatori esperti che per i novizi, ma con una sostanziale differenza, i primi probabilmente sanno quello che fanno.



L'esperienza è alla base di ogni eventuale giudizio. In genere sono i professori che danno una valutazione agli alunni e non viceversa. Invece capita di leggere opinioni date con estrema leggerezza e alla fine si scopre che il degustatore ha un bagaglio limitato di assaggi. Bisogna quindi stare molto attenti a formulare un parere senza l'esperienza occorsa. Onestamente dopo oltre duemila degustazioni di Whisky non mi sento ancora pronto per dare un punteggio, e soprattutto non lo voglio fare.

Quando si fa una valutazione siamo imprescindibilmente legati al momento in cui è fatta e all'esperienza maturata fino a quel periodo. Ma la stessa si accresce di giorno in giorno. Ricordo ancora i miei inizi: ero entusiasta per ogni cosa. Per fortuna non c'è traccia di ciò sul web, altrimenti ora sarei deriso per un'esaltazione eccessiva di prodotti che tutto sommato ora ritengo appena discreti. Ma questo ci sta, l'importante è non prendersi troppo sul serio. Inoltre, molto spesso ignoriamo



*Dove tutto è nato.*



BEVI RESPONSABILMENTE.

— E R C —  
**SUN SPIRITS**

Importato e distribuito in esclusiva da:  
**ERC SUN SPIRITS**  
 Via Aldo Moro 1, 38062 Arco (TN) - info@ercsunspirits.it - Tel 0464 036117  
 www.ercsunspirits.it



i condizionamenti esterni subiti. La degustazione, e quindi il relativo punteggio, può essere influenzata dal nostro stato d'animo, dalle nostre condizioni fisiche, dalla temperatura di servizio, dalla pressione atmosferica, dall'umidità presente nell'ambiente, dalla temperatura esterna, dalla stagione, dal tipo di bicchiere adoperato, dalla quantità di ossigeno presente nella stanza (chiedete ai produttori di vino cosa ne pensano delle degustazioni in sale affollate), da cosa si sia mangiato prima, senza poi considerare le anosmie e le anosmie specifiche di certe persone.

Sapevate che in base alla concentrazione delle papille linguali presenti, si sono individuate tre fasce di persone, i

non gustatori, i gustatori normali e i grandi gustatori, i cosiddetti supertaster? Questi ultimi sono solo un quarto della popolazione. Oltretutto, così come con il tempo calano udito e vista, anche il gusto si deteriora. Inoltre: i miglior palati sono le donne, e il gusto è condizionato dalla cultura. Per gli antichi romani il *garum* o la *posca* erano delle prelibatezze. Sfido qualcuno a dire che gradisca una bevanda composta di acqua e aceto come la posca (oppure sì, qualche matto in giro lo troverei).

E infine bisogna considerare l'obiettività dell'essere umano e la sua veridicità. In quanti ci credono? Io no. Sono il primo a non esserlo. Si tende a essere scevri da pregiudizi, ma non si potrà mai essere completamente obiettivi. «Non è possibile una vera chiarezza, ma solo una chiarezza generica, approssimativa, non è possibile una conoscenza effettiva, ma solo approssimativa, tutto è sempre solo approssimativo e può essere sempre solo

*In base alla concentrazione di papille linguali si distingue tra: non gustatori, gustatori normali e grandi gustatori*



# FINEST CALL PREMIUM COCKTAIL MIXES

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL

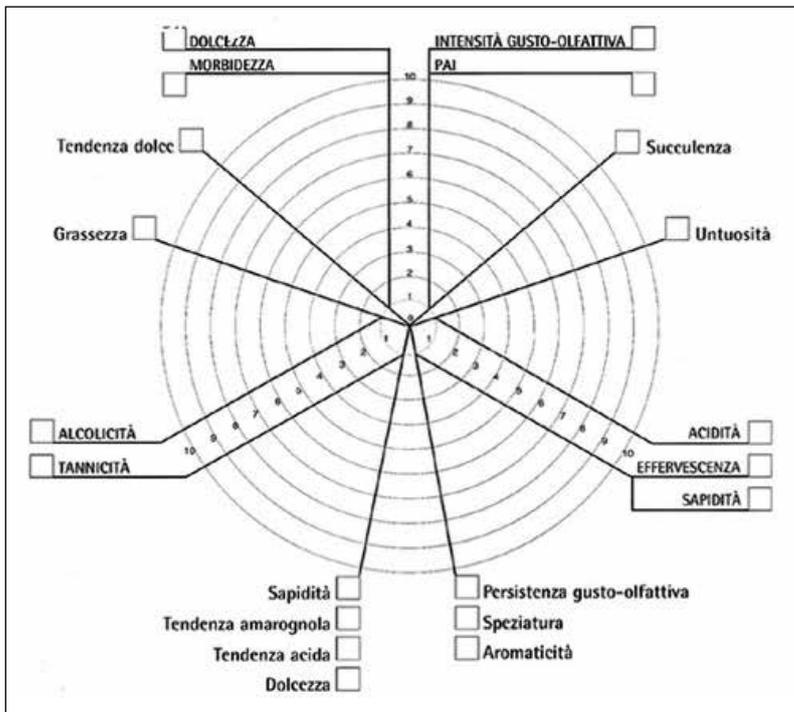


THE  
**ORIGINAL**  
STORE AND POUR PACKAGE

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

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

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A. - [WWW.ONESTIGROUP.COM](http://WWW.ONESTIGROUP.COM)  
[vendite@onestigroup.com](mailto:vendite@onestigroup.com)



*approssimativo*», diceva il grande Thomas Bernhard in “Correzione”.

Inoltre ci possono essere condizionamenti di natura strettamente personale. Quindici anni fa frequentavo con un mio amico un corso di sommelierie. Ci recammo a casa di un rappresentante per fare un acquisto diretto di vino. Ora non ricordo la ragione per la quale questa persona non mi aveva mai suscitato apprezzamento personale, ma uscendo da casa sua il mio amico mi fece notare, con malcelato disappunto, che questi ci aveva ricevuto indossando delle pantofole. Incredulo gli domandai «non ti avrà mica seccato una

cosa del genere? Io lo faccio spesso». E lui mi rispose che quando ti crolla una persona, ti danno fastidio anche piccoli dettagli. La cosa mi fece molto riflettere.

Alla luce di tanti possibili condizionamenti, come si può attribuire un punteggio sereno e imparziale? Le formulette scritte dai degustatori, peraltro tutte molto simili fra loro, dove si comunicano ovvietà sul genere, che i giudizi espressi sono puramente personali e opinabili senza alcuna intenzione di influenzare alcuno, non valgono nulla. Il problema è in chi le legge e di quanto possa esserne suggestionato. Ho letto addirittura di un punteggio correlato al costo della bottiglia che avrebbe preso un voto superiore se fosse costato di meno. Un giudizio di questo tipo ritengo inaccettabile. Sarebbe interessante sapere se tali degustatori applichino lo stesso principio sempre e comunque. Come dire «Molto bello l'ultimo libro di Emmanuel Carrère, gli avremmo dato più di 90 punti se fosse costato di meno».

Invito a una riflessione in merito, onde evitare la fine di Martino, dal momento che si può tranquillamente formulare un'opinione, se si sente la necessità di farlo, senza scomodare un punteggio che, come dicevano i latini, *verba volant scripta* (in questo caso *numerus*) *manent*.

Termino questa disamina sul tema degustazioni e punteggi con una delle più belle battute ascoltate negli ultimi tempi. Avendo comunicato anzi tempo a Davide Terziotti la volontà di redigere uno scritto su quest'argomento, approvando lui l'intento mi disse: «Se lo scrivi ti do un 90!». Dieci punti sotto il Divino: non mi posso lamentare.

**Pino Perrone**

(Whisky consultant  
del Rome Whisky Festival)

# 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

www.luxardo.it

## LUXARDO BARLAB

17 APRILE – MESSINA  
C/O ZERONOVANTA

2 MAGGIO – PESCARA  
C/O EQUILIBRIUM

15 MAGGIO – PONSACCO (PI)  
C/O SCUOLA TESSIERI

16 MAGGIO – REGGIO CALABRIA  
C/O VESPER

**LUXARDO**

Zara 1821

1947 Torreglia



**LIQUEUR**

Pr. Fabbrica "Excelsior",  
**GIROLAMO LUXARDO**  
IN TORREGLIA (PADOVA) ITALIA

Per la crescente confusione  
de cette liqueur de ma fabrication  
je me suis vu forcé  
de faire la modification  
de l'écriture des étiquettes  
comme preuve d'authenticité  
postérieure toujours me  
signature  
Girolamo Luxardo

Die übernehmende Nach-  
nahme meines Likörs  
zwingt mich zu dieser Abän-  
derung der Aufschriften, und  
zum Beweis der Echtheit, wer-  
de ich stets die Erkennen mit  
meiner Unterschrift versehen.

The increasing confusion of  
my liqueur induces me to  
alter the label as follows and  
to authenticate it by my  
signature as a proof

Produit d'Italie

Product of Italy

# MANGO FRUIT

## Soffice e burroso è perfetto nei mix tropicali

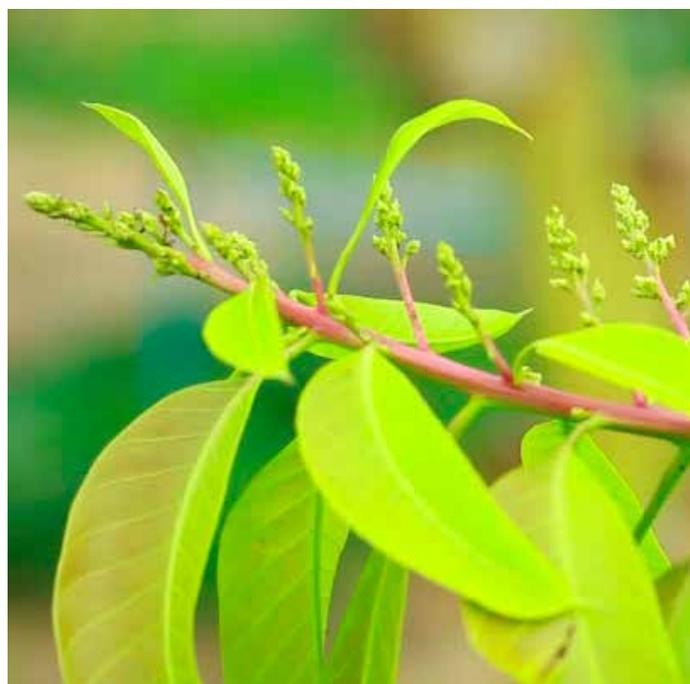
DI GIOVANNI CECCARELLI

**C**on il termine mango si indica il frutto della *Mangifera indica*, pianta appartenente alla famiglia delle *Anacardiaceae*. All'interno del genere *Mangifera* si contano almeno altre 69 specie, tuttavia solo 26 di queste producono frutti edibili.

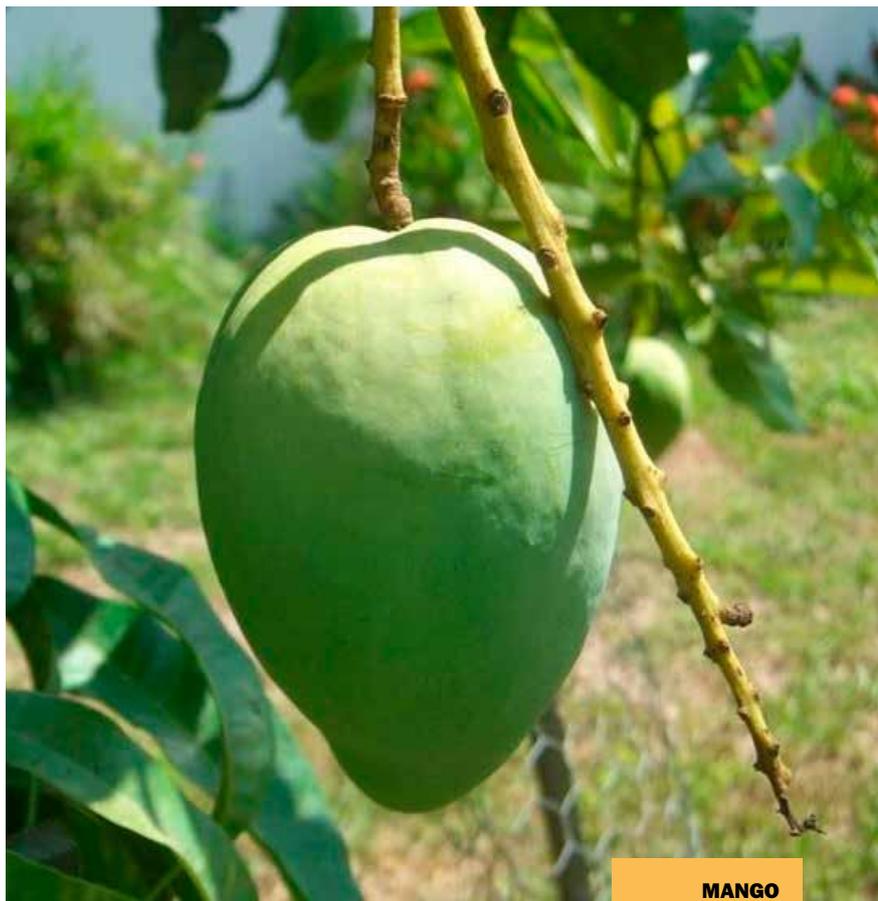
È bene sottolineare che tutte le *cultivar* di mango, cioè le varietà coltivate, appartengono alla specie *Mangifera indica*. Stabilire con certezza la nazione di origine di questa pianta è difficile, ma non si può dubitare del fatto che provenga dal sud-est asiatico, probabilmente dalla zona a cavallo tra il nord-est dell'India, il Bangladesh e la Birmania.

Al momento è il più importante frutto asiatico ed è tra i cinque frutti più prodotti al mondo dopo banane, agrumi, uva e mele. Cresce o viene coltivato in tutta la fascia tropicale e anche in alcune aree a clima sub-tropicale. I maggiori produttori sono India, Cina, Thailandia, Pakistan, Messico, Indonesia, Brasile e Filippine.

La pianta del mango è sempreverde, in natura può superare i 40 metri di altezza e vivere centinaia di anni. La forma delle foglie è variabile a seconda della varietà, possono essere lanceolate,



oblunghie oppure ovate. I fiori, di dimensioni comprese tra i 5 ed i 10 mm, sono raggruppati in infiorescenze. Il frutto è una drupa carnosa di dimensioni e for-



**MANGO**  
QUI SOPRA, UN  
FRUTTO  
ACERBO.  
AL CENTRO IN  
ALTO LA PIAN-  
TE, IN BASSO,  
I FIORI.



ma variabile. Possono essere allungati o rotondeggianti, con lunghezza compresa tra i 2.5 e i 30 cm.

Il mesocarpo (la polpa) è edibile e il

gusto, l'aroma, il colore e la consistenza cambiano a seconda della varietà.

Alcuni mango sono più dolci, altri hanno un aroma più resinoso, alcuni sono molto fibrosi mentre altri hanno la polpa soffice e burrosa oppure legnosa. Lo stesso discorso vale per l'esocarpo, cioè la buccia, che può essere gialla, verde, rossastra con sfumature gialle o verdi oppure arancione con sfumature rosse.

È un frutto climaterico, ovvero, va incontro a un miglioramento delle proprietà organolettiche anche se la maturazione non avviene sulla pianta.

La vicinanza alle mele ne accelera il processo. In particolare, nella prima parte della maturazione, quella fisiologica, accumula amidi che poi trasforma in saccarosio, glucosio e fruttosio durante la maturazione di consumo. In questa



#### CULTIVAR

QUI SOPRA,  
IL MANGO  
AMCHUR.  
A DESTRA  
LA VARIETÀ  
ATAULFO.



fase c'è anche una diminuzione di acidi organici, il frutto acerbo è acido e astringente.

All'interno del frutto è contenuto un

unico seme, aderente alla polpa, piatto e di grosse dimensioni. Dal frutto acerbo si ricava una spezia molto usata nella cucina indiana chiamata Amchur (o Amchoor). Viene ottenuta essiccando e polverizzando la polpa ancora bianco-verdastra, per ottenere una polvere dal gusto spiccatamente acido.

Le *cultivar* più famose, reperibili in Italia, sono Glenn, Kent, Keitt, Tommy Atkins, Alphonso, Ataulfo, Nam Doc Mai e Haden (o Haiden).

Alphonso è un mango indiano a polpa e buccia gialla, con peso compreso tra

**LUXARDO®**

BEVI RESPONSABILMENTE

*The craziest  
Negroni is  
White*



White Negroni



- 20 ml - 3/4 ounce of Luxardo Bitter Bianco
  - +
  - 20 ml - 3/4 ounce of Luxardo London Dry Gin
  - +
  - 20 ml - 3/4 ounce of white Vermouth
- Garnish with Lemon Peel

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



#### CULTIVAR

IN ALTO IL MANGO NAM DOC MAI. QUI SOPRA, LA VARIETÀ TOMMY ATKINS.

i 250 ed i 350 grammi. Ataulfo è una *cultivar* messicana, anche questa gialla e di piccole dimensioni che ricorda la più famosa (e probabilmente pregiata) *cultivar* di mango giallo thailandese, il Nam Doc Mai. Haden è la prima *cultivar* coltivata in Florida, introdotta nel 1910. Ha buccia rosso-giallastra, polpa giallo

intenso con presenza di fibre. Riprodotte dal seme della Haden (non sono quindi dei cloni) sono le varietà Glenn e Tommy Atkins. La prima ha polpa soffice e poche fibre, mentre la seconda è più fibrosa. La Tommy Atkins è la più importante specie, dal punto di vista commerciale, nell'emisfero ovest. Dalla Florida provengono anche la Kent, Keitt, entrambe di ottima qualità e con poche fibre. La Kent in particolare è coltivata principalmente in Messico, Centro e Sud America e in Africa.

Se acquistate mango da importazione il consiglio è di acquistare quelli per via aerea perché offrono il massimo in termini di gusto e sapore, tuttavia è possibile anche far maturare i mango al bar, conservandoli a non meno di 13°C. La migliore alternativa, ma limitata alla sola stagione di maturazione, da fine luglio a novembre, è quella di acquistare i mango coltivati in Sicilia. Anche qui si producono mango della varietà Tommy Atkins, Glenn, Keitt, Kent più altre cultivar come Kensington Pride, Osteen e Maya.

La temperatura di conservazione consigliata per i mango maturi è di circa 10°C. In miscelazione il mango è ottimo da utilizzare in drink tropicali a base frutta, come nelle batide brasiliane. È anche possibile trasformarlo in sciroppo o altre preparazioni homemade, tuttavia consiglio di utilizzare mango fresco, al giusto punto di maturazione direttamente nei drink.

**Giovanni Ceccarelli**

LUXARDO BARLAB

17 APRILE – MESSINA  
C/O ZERONOVANTA

2 MAGGIO – PESCARA  
C/O EQUILIBRIUM

# 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

# ALLA SCOPERTA DELLE RADICI

## IL GIN ITALIANO

FULVIO PICCININO  
GRAPHOT EDITORE  
125 PAG. – EURO 13,00

**A**bbiamo sempre detto che c'è molta più italianità di quanto si creda nella storia del Gin. Non ci sbagliavamo e il nuovo libro di Fulvio Piccinino lo conferma. Le ricerche svolte dall'autore sono come al solito approfondite e ben documentate nelle fonti.

Sono gli antichi libri che l'autore ha consultato che costituiscono l'asse portante dell'opera. Piccinino sottolinea come le radici italiane nel Gin non siano qualcosa di improvvisato, piuttosto frutto di studi svolti da quella scuola liquoristica del Rinascimento italiano paragonabile, al tempo, solo a quella francese.

Il libro ripercorre la storia del Gin partendo da quelli che erano i primi semplici liquori di ginepro a quella dei primi Gin italiani, con bellissime foto che ritraggono bottiglie d'antan.

Interessante la parte riguardante i distillati moderni e i loro produttori con notizie che introducono agli uomini dietro ai brand. Molto ben completa le sezioni che trattano le botaniche e le restanti materie prime, i tratti identitari delle diverse tipologie di Gin stabilite



dai disciplinari produttivi e i metodi di distillazione.

L'autore si guarda bene dall'essere preda di un campanilismo che porrebbe il Gin italiano su un piano superiore rispetto ai suoi competitor. Piuttosto, sottolinea che il boom del Gin nazionale non è una moda passeggera, ma la riscoperta di qualcosa che da secoli è presente nella storia della spirit industry italiana.

“Il Gin Italiano” è la prima opera dedicata a questo distillato, è rivolta a un pubblico eterogeneo composto da bartender, produttori e, non da meno, semplici appassionati. La lettura è fluida, chiara l'esposizione.

“Il Gin Italiano” è un libro che mancava nel vasto panorama di settore, la produzione nazionale meritava quello che per noi è un doveroso riconoscimento.

**Alessandro Palanca**

CHOOSING MASS-PRODUCED OVER FAMILY-CRAFTED.  
QUESTIONABLE.



BEVI RESPONSABILMENTE

# UN<sup>Q</sup>QUESTIONABLE<sup>®</sup>

EXCEPTIONAL AGED PUERTO RICAN RUM



CRAFTED TO BE ENJOYED RESPONSIBLY DONQ.COM  
PRODUCED BY DESTILERIA SERRALLÉS, INC., PONCE, PR. RUM 40%, 45% ALC/VOL.

# DURO.PURO. BLOCCO

GHIACCIO ALIMENTARE CONFEZIONATO



**DIVENTA NOSTRO PARTNER**

*scrivici a [info@puroghiaccio.it](mailto:info@puroghiaccio.it)*

*[www.puroghiaccio.it](http://www.puroghiaccio.it)*

