

BarTales

ANNO V | N. 10 | GIUGNO 2018

Zoom

7 REGINE PER
7 CHAMPAGNE

Bar Story

UN NOME,
UNA LEGGENDA

Hot Spirit

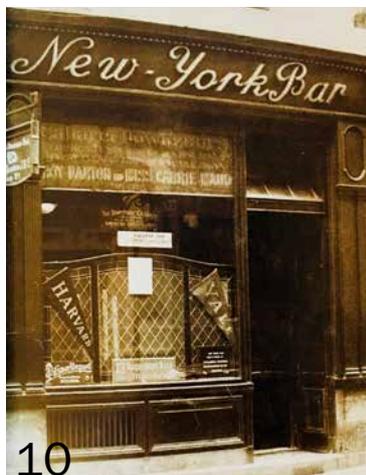
L'ARTE
DEL RISO



COCKTAIL STORY

IL DRINK DELL'ESPLORATORE

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
MAGNIFICHE AVVENTURE
- 6** **News** DAL MONDO
- 10** **Bar Story** di Luca Rapetti
UN NOME, UNA LEGGENDA
- 20** **Cocktail Story** di Fabio Bacchi
IL DRINK DELL'ESPLORATORE
- 30** **Liquid Story** di Alessandro Palanca
150 ANNI E NON LI DIMOSTRA
- 41** **Report** di Johnatan Ferri
LARGO AL PORTO:
ENTRA NEL GUINNESS
- 50** **Hot Spirit** di Norifumi Abe
l'arte del riso (1)
- 64** **Zoom/1** di Valentina Rizzi
7 REGINE PER 7 CHAMPAGNE
- 82** **Zoom/2** di Fabio Bacchi
2013, DINOS CONSTANTINIDES
- 86** **Competition** di Giulia Arselli
SPIRITO ROCK
- 92** **How to Mix** di Giovanni Ceccarelli
CARICA PAPAYA
- 96** **Book corner** di Alessandro Palanca
ROTTA SUL RUM



10



20



30



41



50



64



82



86



92



ANNO V | N. 10 | GIUGNO 2018

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

GRAFICA

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

Norifumi Abe, Giulia Arselli, Giovanni Ceccarelli, Johnatan Ferri, Alessandro Palanca, Luca Rapetti, Valentina Rizzi

EDIZIONE WEB A CURA DI

SkillLab srl

(consulenza@s-lab.it)

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

© COPYRIGHT

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

BEVI RESPONSABILMENTE

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



succo di canna
da zucchero

A NEW DRINK EXPERIENCE.

LISCIO O MIXATO
NASCE LA MODA DELL'ESTATE.

UNA NUOVA BEVANDA ESTREMAMENTE
DISSETANTE, 100% NATURALE A BASE DI
SUCCO DI CANNA DA ZUCCHERO.



THE POWER OF NATURE.

OriOra® è una creatura selvaggia, in cerca di sfide e a caccia di nuove tracce da seguire.

Un'eco che ci spinge a correre attraverso fresche piogge tropicali: OriOra® è la forza dell'elefante, **la potenza della natura** per ispirare chi ha sete di nuove scoperte e chi, come noi, è nato selvaggio.

OriOra® is a wildcreature, seeking new challenges and searching for new tracks to follow.

*An echo that urges us to go running in cool tropical rain: OriOra® is the strength of the elephant, **the power of nature** to inspire those who crave new discoveries, those like us who were born wild.*

www.oriora.com

VERMOUTH

Tomaso Agnini



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.



MAGNIFICHE AVVENTURE

Che straordinaria avventura è quella dello Champagne. E non solo per quel singolare intreccio tra storia e geografia che a partire da re Clodoveo e da Reims consegna alle bollicine un destino unico, speciale. Non soltanto per le sue ineguagliabili virtù diplomatiche (da sempre propizia gli incontri più importanti e sigla i trattati della Storia) o perché più semplicemente “dà l'impressione che sia domenica e che siano in arrivo tempi migliori”, annotava Marlene Dietrich. Quell'effervescenza “so frenchy”, quell'irresistibile “vin de choix” che come nessun altro sa unire le persone e favorire la convivialità, dopo aver tenuto a battesimo re e imperatori di ogni dove ha finalmente incoronato le sue regine. Sono “Les Fa'bulleuses”: sette giovani eleganti *champe-noises*, produttrici di vino, come ci racconta Valentina Rizzi a pag.64 con l'obiettivo dichiarato di unire le donne della loro professione sotto il segno dell'aiuto reciproco. Un'impresa davvero “sparkling” in un universo declinato sostanzialmente al maschile. Femmine di cuore e *vignerones* di talento per una squadra intrepida lanciata con passione in una coraggiosa avventura. Forse con quello stesso spirito con cui il doctor Livingstone, il missionario scozzese che nel 1855, scoprì una spettacolare cascata che chiamò “Cascate Vittoria” (in onore della regina inglese) e che per primo, nel 1856, raggiunse la foce dello Zambesi, nell'Oceano Indiano, diventando il primo europeo ad attraversare in larghezza l'Africa meridionale. Con un obiettivo, una *mission*: quella di raggiungere nuovi popoli all'interno dell'Africa per liberarli dalla schiavitù e introdurli al cristianesimo. Diventò un eroe nazionale Livingstone e per celebrare le sue scoperte vogliamo ricordare il cocktail (a pag.20) a lui dedicato e che porta il suo nome. Un Gin Martini con aggiunta di zucchero per assaporare, col cuore e con la mente, un'altra straordinaria avventura. Quella del principe indiscusso degli esploratori.



SACRO GRAAL

Nuovo record per uno spirito a una recente asta di Bohams ad Honk Kong. Due Whisky, entrambi del 1926 e imbottigliati nel 1986 (60yo), con etichette disegnate da Peter Blacke e Valerio Adami, sono stati battuti e aggiudicati per usd 1.041.422,00 la prima bottiglia, e usd 1.100.197,00 la seconda. The Macallan considera il distillato 1926 il proprio Sacro Graal. Con etichetta Peter Blacke sono stati prodotti 24 esemplari, 12 per Adami. Battuto anche il record per una bottiglia di Whisky giapponese, un Karuizawa The Dragon del 1960- 52 yo, aggiudicato per 312.130,00 dollari.



ROYAL WEDDING

Chivas Brothers ha presentato la limited release Royal Salute Royal Wedding Edition per celebrare il matrimonio reale tra il Principe Harry e Meghan Markle. Confezionato in un decanter di cristallo Darlington, il Whisky è un assemblaggio di rari distillati maturati in botti di quercia americana sotto la supervisione del master blender Sandy Hyslop. In totale sono state prodotte 70 bottiglie in vendita a 10.000,00 usd ciascuna, a selezionati clienti.

UNA PAUSA PER SUNTORY

La casa giapponese ha confermato la dismissione di Hibiki 17 e Hakushu 12 per alcuni mercati e un forte rallentamento della produzione nei prossimi 5 anni. Il problema deriverebbe dalla penuria di scorte. Come da stile giapponese, Suntory ha voluto porgere le sue scuse ai suoi Whisky lovers. Contemporaneamente ha annunciato un piano di investimenti che possa riequilibrare le scorte e il rapporto tra offerta e domanda, quest'ultima in forte e incontrollato aumento. Perché questo accada si prevede un periodo di dieci anni.



WALKER COUTURE

Diageo ha creato per i propri clienti l'opportunità di acquistare un Whisky richiesto secondo le proprie preferenze di gusto. My Edition è il progetto pilota creato da Diageo Future, il reparto innovativo del gruppo. The My Edition consiste in sei Whiskies, che includono Light & Zesty, Rich & Complex, Fresh & Delicate, Rich & Smoky, Rich & Fruity, e Vibrant & Spicy. Il Whisky sarà scelto online rispondendo a una serie di domande sulle proprie preferenze di gusto. L'etichetta potrà anche essere personalizzata e includere un messaggio inciso sulla bottiglia di vetro.



IL WHISKY DI BOB

Il cantautore americano Bob Dylan si appresta a lanciare una nuova gamma di Whiskey americani chiamata Heaven's Door, creata da Ryan Perry di Heaven's Door Spirits e dal Master Distiller Jordan Via. È una trilogia costituita da un Tennessee Straight Bourbon Whisky, da un Double Barrel Whisky e da uno Straight Rye. La bottiglia riporta i famosi "cancelli di ferro" creati dall'azienda ferriera Black Buffalo Ironworks, realizzati con materiale ferroso di scarto, di proprietà di Dylan.

BCB
BAR CONVENT BROOKLYN

A TUTTO CRAFT

Bar Convent Brooklyn si terrà il 12-13 giugno presso il centro Expo di Brooklyn. L'organizzatore Reed Exhibitions ha annunciato come tema portante il focus sui premium craft spirits. I visitatori avranno la possibilità di incontrare professionisti di settore, conoscere nuove tendenze, tecniche e prodotti, avviare rapporti commerciali e partecipare al ricco programma di seminari. «In Europa, il BCB ha dimostrato di essere l'evento più importante di settore – ha detto Petra Lassahn, direttore di Reed Exhibitions Germania – ora ci concentriamo sul mercato americano».

About Ten, Best Italian Liquor Finest Premium Quality

Cinico Liquore

IO SONO CANNELLA

La cannella è un albero sempre verde originario dello Sri Lanka. La parte dell'albero dalla quale otteniamo la cannella è quella della corteccia che poi viene fatta essiccare. La qualità dipende dall'età degli alberi; generalmente più giovane è l'albero maggiore è la qualità.

OSCAR WILDE

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



Liquore Eccentrico

LA FAVA DI TONKA

Il primo liquore al mondo alla Fava di Tonka. La quale fino ad oggi era utilizzata nei profumi, nella pasticceria, nell'alta cucina e come ingrediente secondario nei vermouth e nei gin. Le note olfattive della Fava di Tonka ricordano la vaniglia, la mandorla, la camomilla e il cocco, con sentori di tabacco.

JOHN STUART MILL

Il fatto che così pochi osino essere eccentrici indica il principale pericolo di questo tempo





DAVE GARZON E FRANCESCO MORTAI

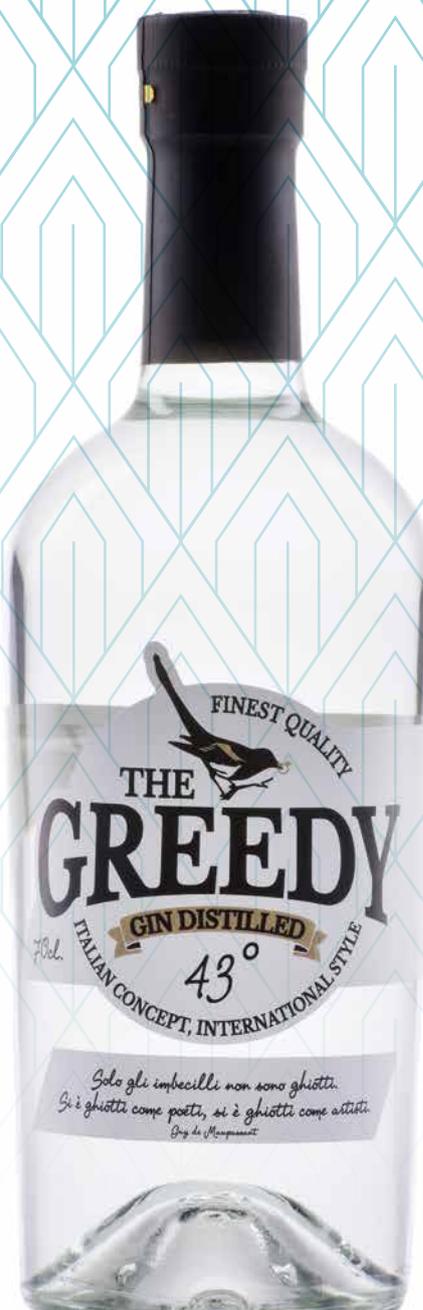
The Greedy Gin

- L'IDENTITÀ -

Greedy Gin nasce dall'idea di creare un gin profumato, saporito e dal gusto persistente in bocca, con un'ottima base alcolica di partenza.

Per ottenere ciò abbiamo scelto di:

- utilizzare di base un distillato di grano puro ridistillato più volte
 - macerare i botanici in una soluzione idroalcolica
 - ridistillare con un alambicco discontinuo in rame dalla forma molto concentrata che ci consente di imprigionare tutti gli aromi dei botanici
 - compiere la distillazione in Inghilterra
 - filtrare il Gin in maniera MOLTO leggera
 - riposare il distillato per circa 70 giorni
- I nostri tempi di produzione ammontano a circa 100 giorni.



GUY DE MAUPASSANT

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

ABOUT TEN

VIA DELLE GRAMOGNE, 65 – 35127 PADOVA
TEL. +39 393 9901367

www.abouten.it  Cinico & Greedy



UN NOME, UNA LEGGENDA (1)

Nel cuore dell'Opéra, il primo cocktail bar d'Europa. Un angolo di Manhattan a Parigi

DI LUCA RAPETTI

Il 5 di Rue Daunou, a Parigi, potrebbe apparire come un qualunque indirizzo della capitale francese. Non certo per chi conosce la storia e l'evoluzione del bartending moderno di inizio '900. Perché è quello di un bar che ha fortemente catalizzato e caratterizzato la

cocktail-culture europea e internazionale del secolo scorso.

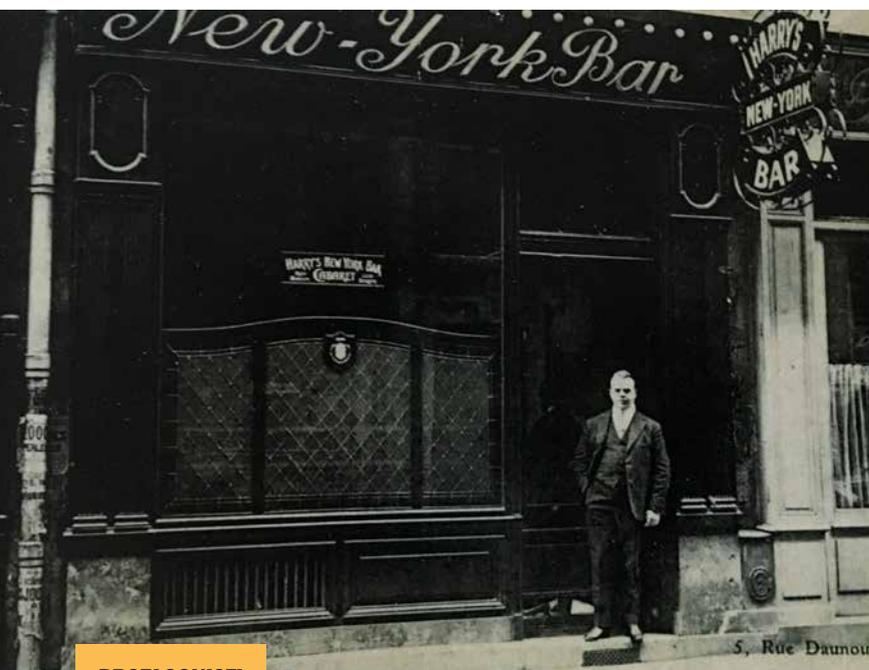
L'Harry's New York Bar ha più di un secolo e offre il suo servizio ai cittadini parigini e a turisti e curiosi provenienti da tutto il mondo. Chi arriva a Parigi non può farsi mancare una visita a questo magico



bar. La storia ebbe inizio nel 1911. Un famoso ex fantino americano, Tod Sloan, diventato celebre anche per aver inventato lo stile di cavalcata “monkey crouch”, decise di aprire il proprio locale a Parigi. Non avendo alcuna esperienza del settore, chiese consulenza a un certo Clancey, un suo amico newyorkese che possedeva un bar a Manhattan. Era il tempo in cui già soffiavano i venti del Proibizionismo, i primi effetti negativi cominciavano a farsi sentire. Sloan convinse il suo amico a unirsi a lui per tentare l'avventura parigina.

Clancey smantellò il suo bar a New York, lo impacchettò e si trasferì definitivamente a Parigi con Sloan. La zona che scelsero era frequentata da una tipologia di clientela di alto livello, nelle vicinanze di Rue Daunou si trovavano l'Opéra, molto popolare tra il pubblico femminile americano, e due istituzioni quali Ritz e Café de Paris.



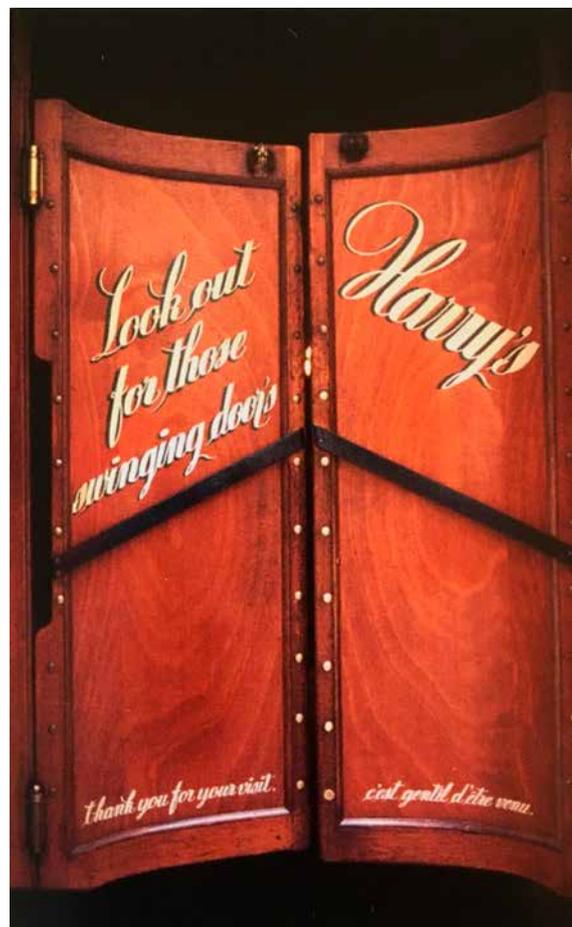


PROTAGONISTI

QUI A DESTRA
TOD SLOAN,
FONDATORE
DEL NEW YORK
BAR INSIEME
CON CLANCEY.



L'allestimento del bar era composto prevalentemente da parti dell'arredamento del bar newyorkese di Clancey, incluse due porte d'ingresso a battuta, tipiche dei western saloon americani, il bancone in mogano e pannelli di legno finemente decorati adatti a ricoprire le mura inter-



ne e i soffitti. Il giorno di apertura fu il 26 novembre 1911. Non era una data a caso, era una ricorrenza importantissima per gli americani, il giorno del Ringraziamento, e il nome scelto fu New York Bar.

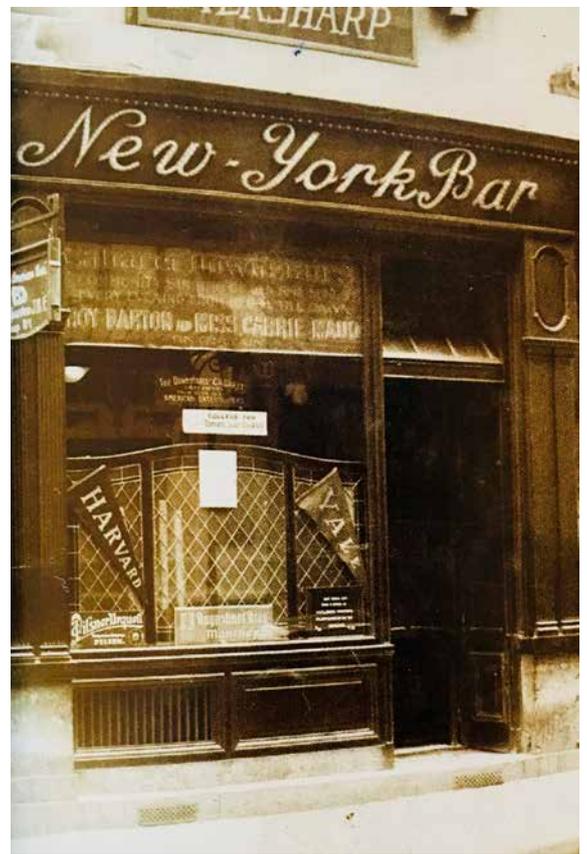
Poco tempo prima Sloan conobbe un appena ventenne, seppur già molto promettente, barman di origini scozzesi, che fu ingaggiato per l'apertura della sua attività. Si chiamava Harry MacElhone, un nome destinato a essere riportato nella maggior parte dei testi di bartending e ricettari di cocktail. MacElhone sarebbe divenuta una figura chiave per lo sviluppo della professione del barman nel XX secolo. Harry era nato il 16 giugno 1890 a Dundee, in Scozia. Fin da giovanissimo sognava di intraprendere la carriera dietro il banco bar e questo lo spinse a lavorare inizialmente presso alcuni hotel in Inghilterra, prima di muoversi in Europa, in particolare in Francia. Di ritorno a Parigi dopo un'esperienza a Enghien, in-

DIPLOMÁTICO



**REDISCOVER RUM.
DISCOVER DIPLOMÁTICO.**

RONDIPLOMATICO.COM



contrò Sloan. Ebbe così inizio l'avventura di Harry nell'american bar della capitale, l'inizio di una delle storie più belle e durature della storia del bartending.

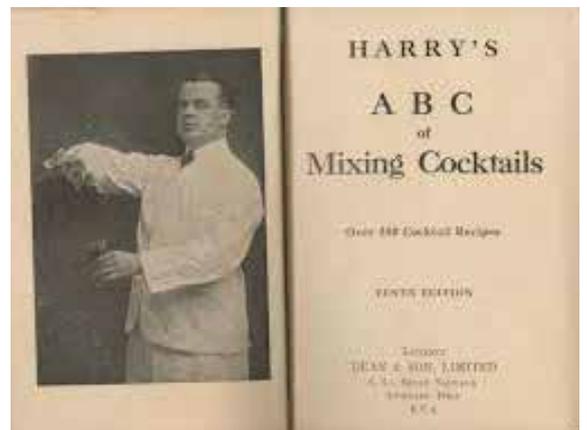
MacElhone non tardò a riscuotere una

discreta fama presso la clientela americana del bar, tanto che molti dei suoi clienti erano soliti incontrarsi all'Harry's Bar anziché al "New York Bar". Questo aspetto suscitò nel giovane Harry il desiderio di vedere coi propri occhi e sperimentare di persona la cultura e il modo di bere degli americani a casa loro. E fu così che solo un anno dopo, nel 1912, si imbarcò per gli USA.

Giunto a New York trovò occupazione presso il bar del Plaza uno degli hotel più rinomati della metropoli americana. Harry comprese attentamente ogni singolo aspetto inerente preparazione, servizio e stile dei cocktail che i clienti americani richiedevano. Purtroppo la crescente affermazione dei movimenti proibizionisti e lo scoppio della Prima Guerra Mondiale, spinsero MacElhone a terminare la sua avventura americana e rientrare in Gran Bretagna. Durante il conflitto mondiale prestò servizio presso il Royal Naval Air Service. Terminata la guerra, Harry si stabilì nella capitale inglese e si dedicò nuovamente al bartending professionale.

THE ORIGINAL FLAVOUR OF THE CANARY ISLANDS





BARTENDER
 ALCUNE
 IMMAGINI DI
 HARRY
 MACELHONE.
 A DESTRA IN
 ALTO IL PLAZA
 HOTEL.

Si occupò dell'apertura di alcuni dei club più celebri del tempo, quali il Buck's Club e l'Hendon Flying Club. Prima di spostarsi al famoso Ciro's Club ebbe anche l'opportunità di lavorare al Savoy.

Tale fu il successo, seppur breve, di questo club che il proprietario propose ad Harry di aprirne un secondo a Deauville, celebre località balneare francese sulla costa della Normandia. Nel frattempo, la competenza in miscelazione e nel perfetto bilanciamento dei cocktail fece acquisire ad Harry una notevole notorietà. Che si concretizzò nella pubblicazione, nel 1919, del ricettario "ABC of Mixing Cocktails", contenente 300 ricette di cocktail e consigli pratici.

Tornato nuovamente in Francia, Harry cominciò a maturare il desiderio di una vita e di una carriera più stabili, aveva trascorso gli ultimi anni a spostarsi e lavorare in differenti strutture, seppur prestigiose. L'occasione arrivò nel 1923

quando il New York Bar, proprio quello dove aveva maturato una delle sue prime esperienze, venne messo in vendita dall'allora proprietaria Nell MacGee. Harry si propose subito per la trattativa e l'8 febbraio 1923 l'accordo di vendita fu ufficialmente compiuto. In qualità di nuovo proprietario, MacElhone appose il suo nome sull'insegna, precedendo quello del bar stesso: nacque così l'Harry's New York Bar di Parigi.

Ad arricchire ulteriormente la già gran-

de felicità e soddisfazione di Harry, nello stesso giorno in cui entrò in possesso del bar ricevette la notizia che era nato Andrew, il suo secondo figlio. In quegli anni il Proibizionismo americano era già entrato prepotentemente nella quotidiana dimensione sociale della popolazione statunitense. Coloro che potevano permetterselo si ritagliavano dei weekend o delle piccole vacanze a Cuba, ove era possibile assaporare drink preparati decorosamente in molti cocktail bar che erano sorti sfruttando il momento favorevole che il Proibizionismo aveva creato per loro. Altri americani, quelli più facoltosi e “salutisti” indirizzavano le loro vacanze eventualmente in Francia, rinomata anche per gli eccellenti vini. Questo genere di distinzione, in termini di gusti e stili di vita, lo si ritrovava anche a Parigi. La Senna ben delimitava la riva destra della città, caratterizzata dalla parte più conservatrice e altolocata della società, da quella della riva sinistra che comprendeva il quartiere di Montparnasse, indirizzata verso una rivoluzione culturale che ebbe il suo culmine soprattutto negli anni venti.

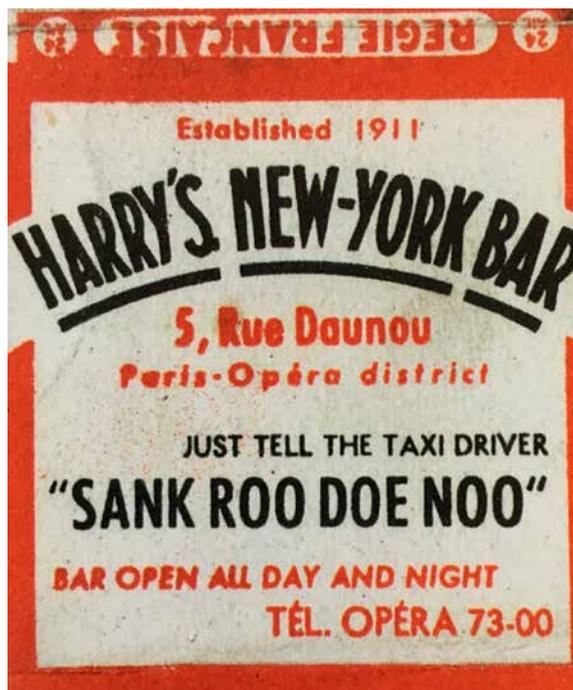
Harry intuì come attirare e fidelizzare la clientela americana che frequentava il suo bar, ormai identificato come un punto d’incontro vero e proprio sia per i turisti sia per coloro che si rifugiavano dal Proibizionismo americano. Questo, in verità, non aveva effetti solo sul consumo di alcolici, era, piuttosto, un movimento moralizzatore e anche bigotto. L’ulteriore impulso apportato dai ristoranti Maxim’s e Voisin, lo charme delle numerose gioiellerie e raffinate abitazioni dei quartieri adiacenti a Place Vendôme, Louvre e l’Opéra, contrastavano quel movimento culturale, per alcuni aspetti ribelle e de-



cadente, che si stava verificando sull’altra sponda del fiume. Il livello e la qualità di servizio nei ristoranti e nei bar come l’Harry’s, compiacevano così i clienti americani assai esigenti. Questa tipologia di clientela fu il successo dell’Harry’s New York Bar, gestito magistralmente dalle grandi doti di marketing e pubblicità che MacElhone sapeva mettere in atto, oltre le indubbie qualità di bartender.

Nel corso degli anni gli interni del bar si arricchirono di memorabilia quali, solo per citarne alcuni, i guanti da box donati da Primo Carnera quando, nel 1933, vinse il titolo nella categoria World Heavyweight Championship contro Jack Sharkey. Oppure le palle da baseball donate e autografate dai giocatori dei White Sox e dei Giants, durante il tour europeo del 1924. Al piano inferiore del bar vi era una sala conosciuta come Front-Page Cabaret. Qui si offriva musica dal vivo, soprattutto pianoforte, e l’unico drink servito era Champagne. L’atmosfera

*Harry intuì
come fidelizzare la
clientela americana
del suo bar,
diventato punto
di riferimento
a Parigi*



ra attraente e la location defilata rispetto alla più affollata sala al piano superiore ne fecero un'altra attrattiva di successo del bar. La Front-Page Cabaret ospitò anche numerosi musicisti jazz del calibro di Tommy Lyman, Leo Deslys, Roy Barton e persino un certo George Gershwin che compose "An American in Paris", con grande onore dello stesso MacElhone.

Il concetto di "meeting point" assunse sempre più significato presso l'Harry's Bar quando, tra la clientela che già lo frequentava, si aggiunsero ulteriori personaggi famosi, sportivi e giornalisti, che ovviamente portavano con loro nuovi VIP. Uno di questi era Ernest Hemingway, già cliente del bar sin dal 1919, nel quale si recava spesso in compagnia della moglie Zelda e di Francis Scott Fitzgerald. Quando MacElhone ne divenne il proprietario, lo scrittore instaurò con lui un bel rapporto di amicizia. Tra i molti VIP si possono ricordare anche Douglas Fairbanks, Gene Kelly, James Walker (sindaco di New York tra il 1925 ed il 1932) e Franklin Delano Roosevelt Jr.

L'astuzia di MacElhone lo portava a escogitare veri e propri piani di marketing e pubblicità molto efficaci. Come nel 1924 quando fece pubblicare un ritaglio pubblicitario sull'edizione parigina del New York Herald Tribune. Il messaggio recitava: "Just tell the taxi driver 'Sank Roo Doe Noo' and get ready for the worst". Questo slogan divenne identificativo di quella che era ormai una istituzione cittadina. Harry lo immaginò come il modo più semplice per assicurare alla clientela americana, che probabilmente non era molto preparata sul francese, l'arrivo sicuro a destinazione. Infatti, l'idea geniale stava nel trascrivere esattamente la pronuncia americana dell'indirizzo francese.

In anticipo sui tempi Harry dimostrava quanto per un bartender fossero importanti non solo la preparazione tecnica e la conoscenza dei prodotti, ma anche la consapevolezza e la pianificazione di capacità imprenditoriali.

Luca Rapetti
(1/continua)

AMARUM

essenzialmente unico



BEVI RESPONSABILMENTE

Fonde le virtù delle erbe aromatiche pugliesi e orientali con lo spirito del Rum giamaicano. Un'espressione unica dell'amaro italiano made in Puglia.

IL DRINK DELL'ESPLORATORE

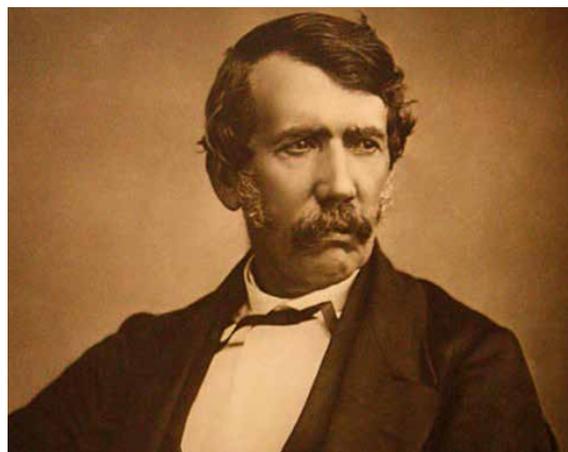
Un Gin Martini con zucchero
per celebrare le scoperte
del medico scozzese

DI **FABIO BACCHI**

«**D**octor Livingstone, I presume!» Queste le parole che Henry Morton Stanley, gallese naturalizzato statunitense, inviato alla ricerca di David Livingstone, pronunciò il 10 novembre 1871 quando incontrò in Africa l'esploratore scozzese del quale non si avevano più notizie.

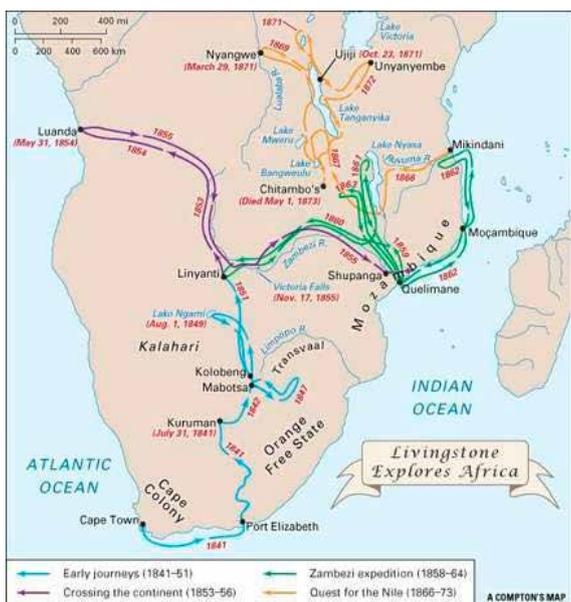
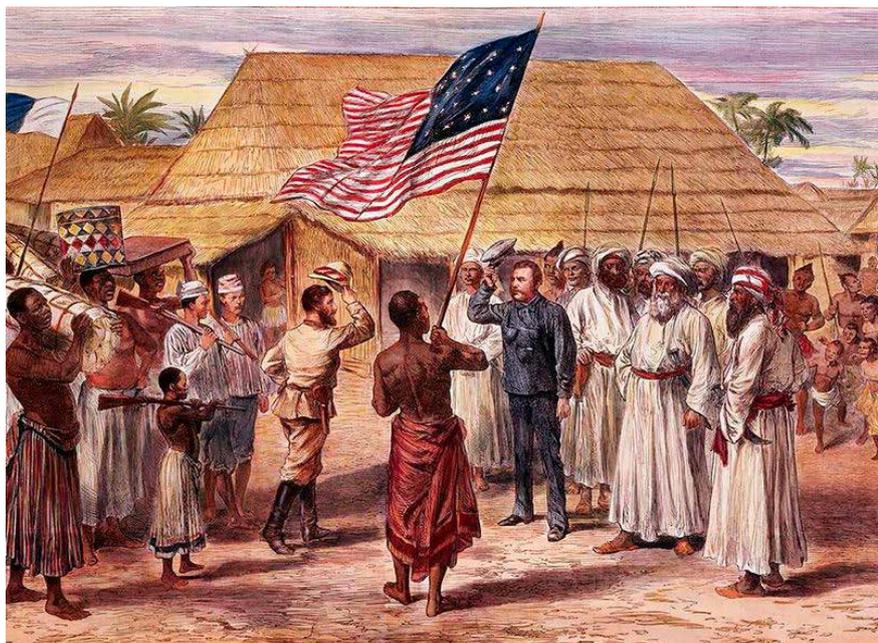
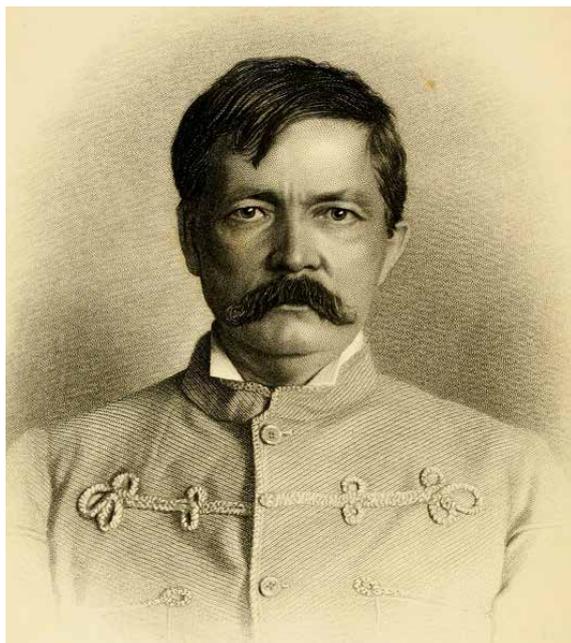
Le ricerche di Livingstone furono commissionate a Stanley dal direttore del giornale New York Herald. Quando Stanley chiese di che fondi potesse disporre la risposta fu eloquente «Prendete 1.000 sterline, quando saranno finite, prendetene ancora 1.000, e quando le avete spese, chiedetene altre 1.000, e quando le esaurirete ce ne saranno altre 1.000 e così via – Ma trovate Livingstone!».

Lo storico incontro, per il quale Stanley aveva viaggiato due anni, avvenne nel villaggio di Ujiji, sulle sponde del lago Tanganica. I due britannici erano gli unici

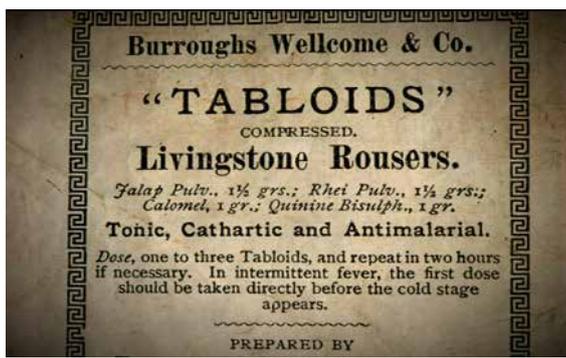


europei in Africa nel raggio di centinaia di chilometri, ed è stato riportato che si salutarono come se si incontrassero a un ricevimento. La singolare atmosfera di questo episodio fu riportata in seguito come esempio di quanto la formale e seria morale vittoriana fosse caratterialmente assimilata dal popolo britannico.

Tra il 1852 e il 1856 Livingstone esplorò l'entroterra africano scoprendo, lungo il corso del fiume Zambesi, le cascate Vittoria, cui diede il nome dell'al-



ESPLORATORI
 NELLA PAGINA
 ACCANTO
 DAVID
 LIVINGSTONE.
 QUI SOPRA, LE
 CASCATE
 VITTORIA E IL
 PERCORSO
 COMPIUTO IN
 AFRICA.
 IN ALTO, HENRY
 MORTON
 STANLEY E UN
 DISEGNO
 RAFFIGURANTE
 L'INCONTRO
 CON
 LIVINGSTONE.



lora Regina d'Inghilterra.

Livingstone fu uno dei primi europei a fare un viaggio transcontinentale attraverso l'Africa. Lo scopo del suo viaggio era di aprire nuove vie commerciali e di accumulare informazioni utili sul continente africano. In un viaggio del 1866 Livingstone si avventurò in Tanzania per scoprire le sorgenti del Nilo. Si spinse in realtà troppo a ovest, fino a raggiungere il fiume Lualaba, che altro non è che la parte iniziale del fiume Congo, ma

che egli erroneamente considerò il Nilo. Stanley si unì a Livingstone e i due iniziarono a esplorare insieme il nord del Tanganica. Quando Stanley decise di ripartire cercò di convincere Livingstone a seguirlo. A dispetto delle sollecitazioni di Stanley, Livingstone non avrebbe mai



SCOPERTE
 QUI SOPRA
 HENRY
 MORTON
 STANLEY, 1873.
 A DESTRA IL
 TRASPORTO DI
 LIVINGSTONE
 MALATO.
 IN BASSO,
 PASTICCHE DI
 LIVINGSTONE
 ROUSER.

lasciato l’Africa fino a quando la sua missione non fosse terminata.

Alla recente presentazione della nuova cocktail list di un bar di Milano l’attenzione dei presenti è ricaduta su una ricetta che prevedeva un ingrediente dal nome evocativo: Livingstone Rousers. L’ispirazione della ricetta si rifà alla storia dei grandi esploratori di cui Livingstone è una delle figure più iconiche.

Nel caso specifico si trattava di una preparazione home-made ideata dal giovane bartender Vincenzo Losappio; una tonic water corretta con cardamomo e rabarbaro. Nella realtà la Livingstone’s Rouser era un rimedio antimalarico che il medico esploratore elaborò come rimedio contro le malattie endemiche dell’ Africa.

«Il farmaco è composto da sei a otto grani di resina di jalap (*Ipomoea purga*), lo stesso di rabarbaro, e tre ciascuno di calomél (cloruro mercurioso) e chinino, composto in quattro pillole, con tintura di cardamomo, di



solito allieva tutti i sintomi in cinque o sei ore», racconta David Livingstone. «Quattro pillole sono una dose completa per un uomo, una sarà sufficiente per una donna. Le pillole sono state definite dai nostri uomini “stimolanti”, in quanto hanno avuto effetto anche su quelli più prostrati».

Della storia dei due uomini si conosce tutto, meno di due cocktail a essi dedicati e sconosciuti ai più. Stanley e Livingstone sono due cocktail entrambi inseriti nel libro “Approved Cocktails” della UKBG del 1937. Le ricette non sono pubblicate, rientrano in quella lista di cocktail che potevano essere richieste al “Bartender” Office della UKBG

Stanley e Livingstone sono due cocktail inseriti nell’ “Approved Cocktails” della UKBG, del 1937

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



Gin Del Professore
À LA MADAME

*Sorprendente per freschezza e intensità,
nello spirito della migliore tradizione
erboristica italiana.*

VERMOUTH & SPIRITS DEL PROFESSORE

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

delprofessore.it

Stir well; strain into cocktail glass; twist a piece of lemon peel over the drink and drop it in. Serve.

Livingston Cocktail.

Fill large bar glass $\frac{3}{4}$ full shaved ice.

2 dashes gum syrup.

2-3 jigger Burnett's Old Tom gin.

1-3 jigger Italian Vermouth.

LIVINGSTON

2 parts Old Tom Gin
1 part Italian Vermouth
Sugar to taste

Squeeze a piece of lemon peel on top.

Cocktails in the JUNGLE!

I HAVE always felt sorry for Dr. Livingstone and Stanley and all those other pioneers who opened up the wastes of the Dark Continent to the civilising values of synthetic gin and machine-guns. Their lives seem to have been one hardship after another, but they didn't have the help of aeroplanes, or their work would have been much easier—and more accurate.

And as for the discomforts and the tsetse flies and mosquitoes and dangers from the wild beasts—well, listen to Martin Johnson—that indefatigable explorer and a nimal-shooter (with camera), in his book, *Over African Jungles* (Harrap, 12s. 6d.).

After years of trekking on foot, followed up by car journeys, he has at last found the perfect way of covering Africa—by amphibian plane—and in this volume he

Much, Mr. Johnson reminds us, has been written about the unhealthy tropics. "I have never found them so. If proper precautions are taken with food, water, exercise and the simple medical remedies which ward off malaria and a few other preventable diseases, I thoroughly believe that a person would live longer, and would be healthier and happier, on safari than in civilisation."

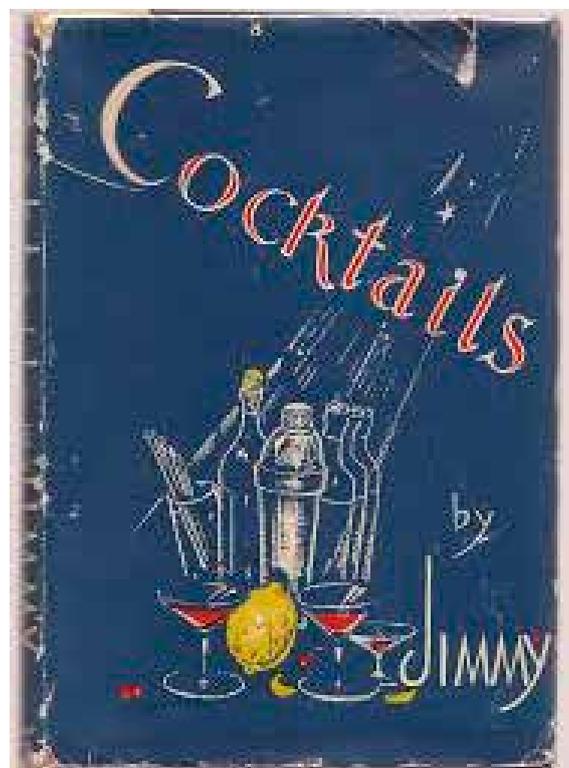
All of which does not minimise the hairbreadth escapes and thrilling adventures which befall Mr. and Mrs. Johnson.

They discover quite a lot of things for themselves. That a lion pays very little attention to a motor-car or aeroplane, for instance, and apparently views the occupants as actually belonging to the plane or car, unless they step clear of it, in which case he will either charge or run away.

The book has a great number of illustrations, some of the

**BOOKS
of the
DAY**

al costo di uno scellino ciascuna. Nel libro *Cocktails by "Jimmy" late of Ciro's London* si trova una delle prime ricette del Livingston (scritto con la e mancante) Cocktail. Si specifica: Old Tom Gin, Italian Vermouth, aggiunta di zucchero in base al gusto e lemon twist. In "Drinks-How to mix and how to serve" (data di pubblicazione sconosciuta, Londra) è presente anche qui la ricetta del Living-



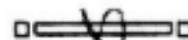
DRINKS

HOW TO MIX AND HOW
TO SERVE

THE LATEST VEST POCKET GUIDE FOR QUICK REFERENCE, CONTAINING OVER 350 FORMULAS FOR MIXING AND SERVING INDIVIDUAL DRINKS, AND DRINKS IN QUANTITIES, FOR RECEPTIONS AND PARTIES, ALSO VALUABLE FORMULAS FOR THE MANUFACTURE OF DRINKS, ETC., IN BULK FOR BOTTLING.

INCLUDING

DIRECTIONS FOR STOCKING AND CONDUCTING FIRST-CLASS HOTEL, CLUB AND PUBLIC BARS, TOGETHER WITH A CHOICE SELECTION OF TOASTS FOR ALL OCCASIONS.



LONDON:
STANLEY PAUL & CO., LTD.
31 ESSEX STREET, W.C.2.

Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



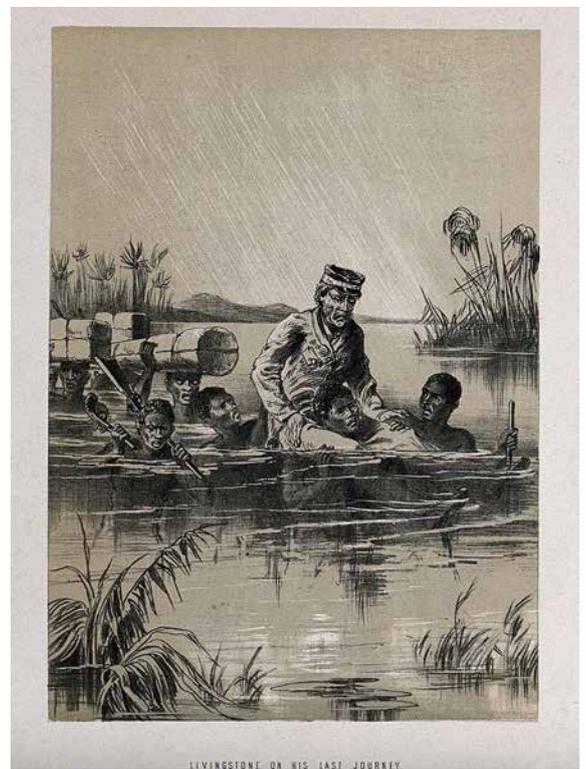
Gin Del Professore
MONSIEUR

*Un prodotto artigianale non ordinario,
che combina forza e morbidezza.
Ideale per i veri amanti del gin.*

VERMOUTH & SPIRITS DEL PROFESSORE

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

delprofessore.it



LUOGHI

QUI SOPRA IL LANGHAM HOTEL. A DESTRA, LIVINGSTONE NEL SUO L'ULTIMO VIAGGIO. IN BASSO, IL LIVINGSTONE COCKTAIL. PHOTO CREDIT DIFFORD'S GUIDE.

ston Cocktail (sempre con e mancante): Burnett's Old Tom Gin, Italian Vermouth, gum syrup, lemon twist.

Oggi non è ancora possibile affermare con certezza dove e quando il drink sia nato, probabilmente per celebrare il medico esploratore. Possiamo azzardare delle ipotesi. Come menzionato in "Proceedings of Royal Geographical Society" vol. XVI sessioni 1871-1872, Henry Morton Stanley alloggiava al Langham Hotel di Londra, presso il quale pianificò anche il viaggio di recupero di Livingstone. È possibile quindi che il cocktail sia stato creato in quell'hotel, tuttavia non se ne hanno prove certe.

Nel 1925 il film "Livingstone" diretto da M.A.Wetherell racconta la vita e l'impresa dell'esploratore scozzese. Due anni prima,

per la presentazione del progetto, venne organizzato un pranzo ufficiale presso l'Hotel Victoria in Northumberland Avenue (chiuso nel 1940). Il cocktail potrebbe essere stato creato in quell'occasione, seppur non vi siano documenti a provare tale ipotesi. L'hotel era comunque a breve distanza dal Savoy e nel libro di Harry Craddock del 1930 si trova solo

la ricetta dello Stanley Cocktail. Il film fu un grande successo su scala nazionale, anche se era senza audio, e diede un ulteriore impulso al settore cinematografico britannico, che sino a quel momento risultava meno competitivo degli altri. Il 5 agosto 1934 venne inaugurata una statua di Livingstone presso le cascate Vittoria, per celebrarne la scomparsa avvenuta sessant'anni prima. La



Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



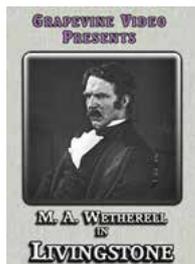
Gin Del Professore
CROCODILE

*Agrumi e spezie esotiche per una
nuova esperienza sensoriale
nell'avventurosa vita Del Professore.*

VERMOUTH & SPIRITS DEL PROFESSORE

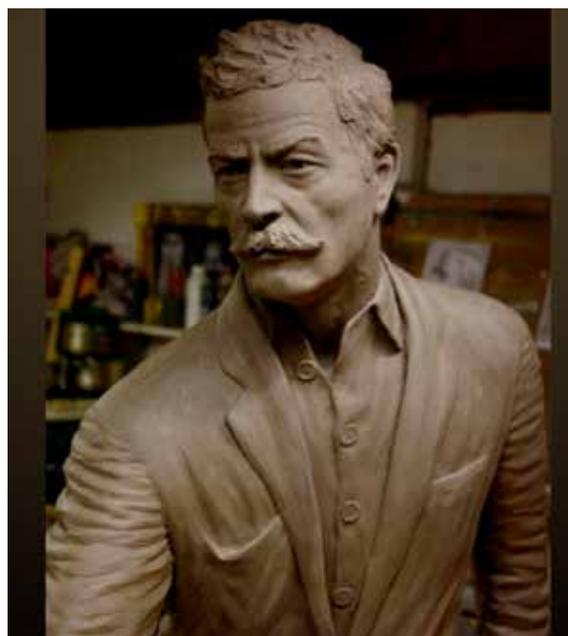
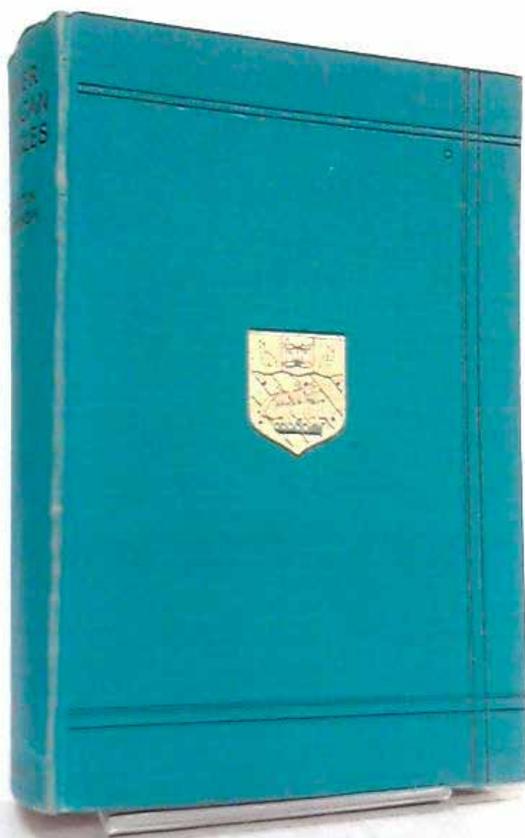
VERMOUTH Classico | VERMOUTH Rosso | VERMOUTH Vaniglia | VERMOUTH Whisky finish |
VERMOUTH Rum finish | GIN Monsieur | GIN Madame | GIN Crocodile | APERITIVO | BITTER

delprofessore.it



TRIBUTI

QUI SOPRA LA LOCANDINA DEL FILM SU LIVINGSTONE. QUI ACCANTO, IL LIBRO "OVER AFRICAN JUNGLES". A DESTRA, LE STATUE DEDICATE A LIVINGSTONE E A STANLEY.



cerimonia fu trasmessa in diretta radio anche a Londra. Fu un evento di grande portata mediatica, soprattutto perché fu la prima volta veniva trasmesso via radio su scala nazionale e da un territorio così lontano.

Nel 1935 venne pubblicato il libro "Over African Jungles" di Martin Johnson, che documentava la spedizione di oltre 60.000 miglia che lo stesso autore compì via aereo attraverso il continente africano, per celebrare le imprese di Livingstone e Stanley. Il Daily Herald di Londra pubblicizzò il libro e Johnson ne descrisse brevemente il concetto ed alcuni aspetti della spedizione: "We generally have a cocktail or a whisky and soda, for instance, with hors d'oeuvres...". I media parlarono molto della spedizione di Johnson e molte fotografie vennero pubblicate sui quotidiani britannici del periodo. Oltre ad alcune ricette che non hanno nulla a che fare con quanto riportato, la versione più accreditabile del Livingstone Cocktail è quella che sembra essere un Gin Martini con aggiunta di

zucchero per renderlo più morbido. Con della granatina al posto dello zucchero si avrà il contemporaneo Red Livingstone, dedicato all' ex Sindaco di Londra dal 2000 al 2008, Ken Livingstone, esponente della cosiddetta "hard left" del Partito Laburista. David Livingstone morì nel 1873 in Zambia, a causa di quella malaria a lungo combattuta. Il suo corpo, portato per oltre mille miglia dai suoi fedeli assistenti Chumah e Susi fino a Zanzibar, ritornò in Inghilterra per essere sepolto nell'Abbazia di Westminster. Il suo cuore venne invece sepolto nel luogo dov'era morto, sul lago Bangweulu, a Chitombal.

Fabio Bacchi

(ha collaborato Luca Rapetti)



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



150 ANNI.

E NON LI DIMOSTRA

Alleato indissolubile del Vesper,
il tonico aperitivo gioca ancora
un ruolo da protagonista

DI ALESSANDRO PALANCA

Nel 1953, Ian Fleming era seduto nella sua casa giamaicana alla stesura di "Casino Royale" il primo romanzo di James Bond, da cui fu tratto l'omonimo film. Bond chiede al barista del Casino un Marti-

ni secco, spiegandogli la sua ricetta. Bond: «A dry martini», he said. «One. In a deep champagne goblet». Bartender: «Oui, monsieur». Bond: «Just a moment. Three measures of Gordon's, one of vodka, half a measure of Kina Lillet. Shake



it very well until it's ice-cold, then add a large, thin slice of lemon peel. Got it?». Scena iconica nota nell'immaginario collettivo del bartending mondiale.

Vi sono alcuni spirit che hanno dei tratti indubbiamente distintivi e storici. Nel rituale dell'aperitivo e nella cocktail culture Lillet è indubbiamente un prodotto che alla soglia dei 150 anni di storia gioca ancora un ruolo da protagonista. Il Lillet è legato alla saga bondiana e al cocktail Vesper del quale è componente caratterizzante.

Nel 1680 Jean Lillet si trasferì, da Saint Morillon, nella Gironda, dove era nato, a Podensac, villaggio vicino Sauternes. Podensac, piccolo villaggio france-



se a sud di Bordeaux, 1872. Nello stesso anno Paul e Raymond Lillet, figli di Jean, proprietari della Maison Lillet-Frères, fondarono una piccola azienda a conduzione familiare che commerciava vini,

LIQUORI
 QUI SOPRA,
 RAYMOND E
 PAUL LILLET.
 IN ALTO, LA
 FABBRICA E
 ALCUNE
 ANTICHE
 BOTTIGLIE DEL
 MARCHIO.



deaux fu probabilmente introdotta da un religioso, padre Kermann, medico di origine brasiliana che arrivò in Francia durante il regno di Luigi XVI. In seguito alle scoperte di Louis Pasteur (1822-1895) le persone svilupparono grande preoccupazione per le malattie malariche. I vini tonici che contenevano china erano considerati un ottimo conforto contro febbri e sintomi della malaria. Pasteur affermò che: «Il vino può essere considerato con buona ragione come il più salutare e il più igienico di tutte le bevande».

Fu in questo contesto che i fratelli Lillet svilupparono il loro prodotto. Bianco mentre tutti gli altri erano rossi, unico per la denominazione specifica di provenienza geografica. Tuttavia bisognerà aspettare il 1887 prima di parlare di una reale commercializzazione di Lillet, seppur limitata alla sola regione di Bor-

liquori e dolci. In questa azienda misero a punto la prima versione dell'omonimo aperitivo, Lillet Blanc, destinato a essere conosciuto come Kina Lillet. Questo perché conteneva una dose di china peruviana, molto inferiore a quella odierna rivista al ribasso nel 1986.

L'usanza di produrre vini tonici a Bor-

Daniele Dalla Pola - Nu Lounge, Bologna



- 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
- Real Gourmet Cream of Coconut**
 Contains real coconut meat from hand-picked tropical Coconuts
- Strawberry Reàl**
 Infused with handpicked Camorosa, Ventana and Albion Strawberries from California
- Pumpkin Reàl**
 Infused with premium pureed Pumpkin 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

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A. - WWW.ONESTIGROUP.COM
 vendite@onestigroup.com



deaux. Questo prodotto, risultato di un blend di vini selezionati uniti a liquori di frutta, maturati in botti di quercia dagli 8 ai 12 mesi, dal sapore riconoscibile sarebbe divenuto un prodotto di grande

*Lillet è oggi
classificato
come un vino
tonico aperitivo,
aromatizzato,
tipico della regione
di Podensac*

tradizione a Bordeaux, presente negli eventi più importanti e ai ricevimenti ufficiali.

Nel 1937 l'artista francese Robert Wolff mise a punto una celebre campagna pubblicitaria ideata per conquistare gli USA. Tuttavia l'alba della Seconda

Guerra ritardò i piani dell'azienda che riuscì a sbarcare in America solo nel dopoguerra. Contemporaneamente il Lillet si affermò sul mercato inglese, grazie a una versione più secca, elaborata intorno al 1920, che potesse meglio essere miscelata con il Gin caro ai britannici. Ancora oggi il Lillet per il mercato UK è più secco che per il resto del mondo.

La denominazione Kina Lillet sarebbe stata sostituita con il più semplice brand Lillet nel 1970. I motivi erano diversi. Per ovviare a problemi doganali negli USA e, inoltre, il termine china era ormai usato da tutti i competitor e non sembrava essere più pertinente a un brand che voleva essere unico. Nel 1962 Pierre Lillet, nipote di Raymond, ampliò la gamma con l'introduzione del Lillet Rouge per intercettare gli estimatori dei vini rossi. Una special release vintage del 1961, il Lillet Vieux, sarebbe stata presentata nel 1972.

Dopo avere fatto incetta di premi internazionali, nel 1999 Lillet divenne uno dei 100 top seller in Francia. È un risultato importante perché ottenuto in un paese con pubblico di gusto sofisticato e attento alla qualità.

Come molti altri prodotti storici il Lillet conobbe un lungo periodo di oblio e di sottoutilizzo. Sarebbe stata la nuova *bartending craze* degli anni 2000 a riscoprirlo e rivalutarlo per il posto che meritava nella cocktail culture.

Lillet oggi è classificato come un vino tonico aperitivo, aromatizzato, tipico della regione di Podensac, secondo i regolamenti UE. Si tratta di una miscela di 85% vini della regione di Bordeaux (Semillon per il Blanc e per il rosé, Merlot per il Rouge) e 15% di liquori, per lo più di agrumi (bucce di arance dolci da Spagna e Marocco e bucce di arance amare verdi da Haiti). La lenta macerazione in alcol estrae quei componenti molto importanti per la ricchezza aromatica. La miscela aromatica assemblata con il vino rimarrà in tini di rovere per diversi mesi. Questa fase si chiama "vinage". Il Rosè viene subito imbottigliato, non prevedendo sosta in legno per mantenere



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

DISTRIBUITO DA ONESTI GROUP S.P.A. - WWW.ONESTIGROUP.COM
vendite@onestigroup.com



la freschezza originaria. Durante il processo di invecchiamento, Lillet è trattato come un vino di Bordeaux (affinamento, travaso, filtraggio, ecc).

La ricetta del Lillet sarebbe stata riformulata nel 1985. In collaborazione con l'Università di Bordeaux e con l'applicazione dei più moderni metodi di enologia, fu sviluppato un prodotto con un coerente equilibrio tra acidità e dolcezza, tenore zuccherino leggermente ridotto, priorità al gusto fruttato pur mantenendo una buona concentrazione di amaro di china.

Ideale per essere degustato con ghiaccio a cubetti e una fetta di limone, il Lillet Blanc si caratterizza per un colore dorato, aroma floreale e un gusto nato dal mix di arancia candita, miele, resina di pino, frutta esotica, con un finale fresco.

Stile totalmente diverso per il Lillet Rouge. Già evidente dal colore rosso rubino, ha un gusto corposo e vinoso, strutturato di arance fresche e note di uva e frutta rossa matura, vaniglia e spezie, più complesso.

Nel 2011 arrivò sul mercato Lillet Rosé, aroma di frutti rossi, pompelmo e fiori d'arancio. Sapore fresco e fruttato, con qualche nota speciale, gradevole da



assaporare accompagnato da una fetta di pompelmo rosa. Era la risposta di Jean Bernard Blancheton, master blender, alla sollecitazione dei consumatori femminili.

Note a parte meritano i Réserve Jean de Lillet Blanc e Rouge. Per le Réserve Jean de Lillet vengono utilizzati vini AOC e la maturazione nei tini di legno dura 12 mesi ca. Il Blanc è molto fruttato e leggermente floreale, molto lungo ed elegante. Il rosso ha un colore purpureo, al palato è pieno e morbido, molto fruttato con una nota più dolce del Lillet Rouge. Entrambe le Réserve Jean de Lillet possono essere conservate per 15-20 anni.

Oggi Lillet, da non considerare un Vermouth, è protagonista indiscusso di quel rito italiano che ha conquistato il mondo, l'aperitivo.

Alessandro Palanca

1890



GAMONDI

TIKI TAKA M U L E

by *FABIO CAMBONI*

SCOPRI LA RICETTA SU
WWW.GAMONDI.IT
OPPURE
INQUADRA IL **QR CODE**



BEVI RESPONSABILMENTE

RICETTE LILLET



CONTESSA ROSA di Marco Macelloni – Franklin 33 – Lucca

INGREDIENTI

- 4,5 cl Lillet Rosè
- 3 cl Biancosarti
- 2 cl 7 Hills London Dry Gin
- 1 cl St. Germain

Tecnica: throwing. Glass: coppa cocktail. Garnish: peel di pompelmo rosa



VERSAILLES di Carlo Simbula – The Spirit – Milano

INGREDIENTI

- 4 cl VII Hills Gin
- 2,5cl Lillet Rouge
- 1,5cl Champagne syrup*
- 1cl Suze
- 2 dash lime bitter.

Tecnica: stir & strain. Glass: coppetta vintage. Garnish: zest di limone

*riduzione 1:1 con zucchero



LI LÈ BON di Diego Cesarato – La Gineria – Mirano (VE)

INGREDIENTI

- 4 cl Lillet Blanc
- 1 cl rosolio Italicus
- 0,5 cl sciroppo di zucchero
- 1 bar spoon Cynar 70 proof
- 1 dash oange bitter
- foglie di menta

Tecnica: build con crushed ice. Glass: Tumbler basso. Garnish: lemon peel



EUPEPTICO DELL'ANACORETA di Elisa Favaron

Palazzo delle Misture – Bassano del Grappa (VI)

INGREDIENTI

- 3,5 cl liquore di sidro Cristallier
- 1,5 cl liquore alla genziana Rossi d'Angera
- 1,5 cl amaro Girolimino
- 7,5 ml rosolio di papavero Mistico Speciale

Tecnica: build. Glass: OF. Garnish: mela Pinova essiccata, crumble di fava di cacao del Venezuela



GINGERONI di Bearice Marri – Caffè Chieli – Sansepolcro (AR)

INGREDIENTI

- 4 cl di Lillet Rouge
- 1,5cl Luxardo Dry Gin
- 2 gocce di Angostura

Top di ginger beer.

Tecnica: build. Glass: OF. Garnish: lemon peel e fetta d'arancia



LILLETMANIA di Massimo Dabbicco – Mood – Bari

INGREDIENTI

- 3 cl Tequila Villa Lobos extra Anejo
- 2 cl Lillet Blanc
- 0,5 cl sciroppo di agave 0,5
- 0,5 cl marmellata di arance
- 1 cl succo di lime

Tecnica: shake & strain. Glass: coppa Asti. Garnish: crosta di sale nero e arancia disidratata



GALAXY di Dario Rutigliano -- Cobbler – Cocktail and Dining Room Barletta

INGREDIENTI

- 25 ml Lillet Blanc
- 40 ml Whisky Johnnie Walker Rum Cask Finish
- 10 ml shrub limone bergamotto hm
- 1 dash Delizia Cannella Varnelli

Tecnica: stir & strain. Glass: coppetta. Garnish: timo limonato



FIZZA LA MARSEILLE di Mattia Paolini – Hotel Cipriani – Venezia

INGREDIENTI

- 50ml Citadelle Gin
- 30ml Lillet Rouge
- 30ml succo di limone
- 5ml simple syrup
- drop di Pernod
- 10ml balsamo di arancia

Fill up soda water

Tecnica: shake & strain. Glass: Collins. Garnish: orange peel e anice stellato



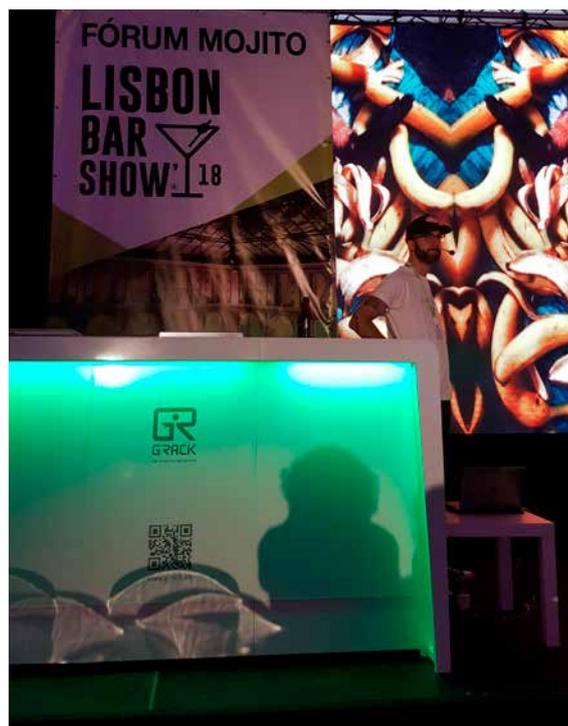
LARGO AL PORTO: ENTRA NEL GUINNESS

Stabile il Gin con molte produzioni artigianali e botaniche portoghesi

DI JOHNATAN FERRI

Giunto quest'anno alla sua quinta edizione, il Lisbon Bar Show, nonostante le piccole dimensioni del mercato spirit del Portogallo, si stabilisce definitivamente nel gotha dei più importanti eventi di settore al mondo. Questo traguardo arriva dopo molti anni di sviluppo, grazie all'incessante lavoro di Alberto Pires e Emanuel Minez, 25 anni di esperienza ciascuno in HoReCa ed eventi.

La kermesse ha avuto luogo il 15 e 16 maggio nella suggestiva cornice del Convento do Beato. Costruito su indicazione del testamento della Regina Isabella nel 1456, l'edificio offre uno spazio polifunzionale, con ampio parcheggio, zona food





all'aperto, padiglioni monomarca e 2 sale per seminari. Nella maggiore di queste due, a inizio manifestazione, si è fatta la storia. Alla presenza di un ufficiale del Libro dei Guinness dei Primati e dei maggiori media nazionali, si è stabilito il record per la più grande degustazione di Porto di tutti i tempi, con presenti 300 tra i più importanti personaggi della bar & spirit industry. In questo modo, per la prima volta, il Vinho do Porto entra nell'iconica pubblicazione dei record.

Come ogni anno viene scelto un paese come focus della manifestazione. Dopo l'Italia nel 2017, è il turno della Spagna, con la quale il Portogallo è quasi un tutt'uno dal punto di vista delle politiche aziendali dei grandi produttori di alcolici. Moltissimi i richiami al paese iberico e molti i relatori di lingua spagnola invitati. «Quest'anno abbiamo spinto molto per avere masterclass in lingua portoghese e spagnola (che quasi tutti i portoghesi comunque capiscono), questo per cemen-



tare ancora di più la nostra identità di BarShow portoghese e l'influenza positiva che abbiamo sulla scena mixology nazionale», ha spiegato il fondatore Alberto Pires a Bartales. Esempio di questo è il master sul Bar Atlas di Singapore tenuto in portoghese da Carla Davina con drink di Roman Foltan (ex Artesian), e Fabio la Pietra per SubAstor San Paolo.



Moltissimi i prodotti nuovi lanciati con una strizzata d'occhio alle tendenze più attuali nella penisola iberica. I "Pink Gin", trainati dall'enorme successo del brand sevillano Puerto de Indias (passato da piccola produzione a una valutazione eccedente i 200 milioni di dollari in pochi anni), attirano anche le majors, presenti con Gordon's Pink Gin, Beefeater London Pink Strawberry Gin, e Tanqueray Sevilla. Trattasi di Gin molto amabili, popolari in sud America, Spagna e Portogallo, oltre che con ottimo potenziale negli Stati Uniti. Nella stessa linea cromatica si inserisce anche Fever Tree Aromatic Tonic,



contenente corteccia di china e dallo spiccato retrogusto amaro.

I Gin in generale la fanno da padroni. Sul versante delle eccellenze troviamo un



notevole numero di produzioni artigianali portoghesi, attente al chilometro zero e alla qualità. Joao Paixao tiene banco in un piccolo stand dedicato alle microdistillerie di Gin portoghesi: «Siamo un gruppo di 4 distillatori, che per lunga amicizia e per ragioni di budget, abbiamo deciso di unirci in questo spazio. Presentiamo i gin Gotik, Real, Amicis, Bica. Ognuno

I barman portoghesi amano il prodotto locale. Inizialmente scettici, hanno poi accolto con entusiasmo il Gin prodotto in patria

è prodotto artigianalmente in diverse zone del Portogallo con botaniche locali. I barman portoghesi, all'inizio scettici, hanno accolto con grande entusiasmo il Gin prodotto in patria. Questo grazie anche ai molti award e medaglie vinte in concorsi internazio-

nali, all'innegabile qualità del prodotto e soprattutto al costante richiamo della territorialità». Qualche esempio? «Il Real, invecchiato in botti del leggendario "Moscatel de Setubal" prodotto letteralmente dall'altra parte della strada».

Emerge con forza il fatto che i barman



portoghesi amano il prodotto locale e lo lavorano spesso. Chiediamo a Nelson Bernardes, uno dei più importanti barman portoghesi al mondo e fondatore della rivista Drinks Diary, di commentare sul trend: «Non abbiamo mai avuto una scena cocktail, a parte i drink vacanzieri e di scuola anni '80, ma con il LBS tutti i miei connazionali hanno la possibilità di essere al passo con le idee dei più grandi personaggi della industry a livello mondiale, di consocere e testare i prodotti di piccoli produttori locali che altrimenti non riuscirebbero a farsi conoscere».

Non mancano le tradizionali eccellenze locali come il Brandy Lourinha XO, una delle pochissime denominazioni di origine del Brandy in Europa, sicuramente la più piccola; il Ginja, liquore di ciliegia, lanciato per la prima volta in versione

CHOOSING MASS-PRODUCED OVER FAMILY-CRAFTED.
QUESTIONABLE.



BEVI RESPONSABILMENTE

UN^QQUESTIONABLE[®]

EXCEPTIONAL AGED PUERTO RICAN RUM



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



barricata dal brand Mariquinha, e i Rum di Madeira. Questi ultimi rappresentano una delle più importanti novità del LBS. Ian Burrell, Global Rum Ambassador, dedica il suo seminario ai Rum della piccola isola delle Azzorre e ci racconta: «La canna da zucchero portata nel nuovo mondo partì da Madeira, stiamo semplicemente tornando alle origini».

Da prodotto per consumo locale e sconosciuto persino per molti portoghesi, il Rum di Madeira è ora lanciato dall'unione dei produttori alla conquista di mercati nazionali ed esteri. «È vero, noi coltivatori di canna da zucchero di Madeira abbiamo una storia lunga 600 anni», ci rivela Eugenio Rodrigues di William Hinton Rum de Madeira. «Essendo però la nostra canna da zucchero la più cara al mondo, (300\$/ton), a causa del difficile e ripido terreno vulcanico, distillati di altri paesi hanno preso il sopravvento nei secoli. Ora siamo tornati per vincere sulla qualità, con la nostra storia, l'artigianalità, un rigidissimo disciplinare, e senza competere sul prezzo».



THREE
ARTISANAL



CENTS
BEVERAGES

Bubbles

ASK FOR MORE



Three Cents Aegean Tonic is one of the best 'flavoured' tonic waters we've sampled, with distinctive cucumber, celery and basil flavours.

— DIFFORDSGUIDE.COM —

When the sweeteners are perfectly balanced in a grapefruit soda, such as in the Three Cents Grapefruit Soda, I love to ask for a Paloma.

— [TOMAS ESTES / TEQUILA AMBASSADOR](#) —



THREE
CENTS
GR



GHILDARISELEZIONI
.COM



INTERVISTA
A SX ALBERTO
PIRES CON
JOHNATAN
FERRI.

Commenti positivi dai molti stand italiani: «Adoro il LBS, è pieno di belle persone e personaggi interessanti, il clima è favoloso, i barman portoghesi sono di mentalità incredibilmente aperta, curiosa e senza preconcetti. Insomma un mix estremamente incoraggiante, siamo molto ottimisti per il nostro prodotto e non solo qui in Portogallo», ci racconta entusiasta Luca Missaglia di Italicus Rosolio di Bergamotto. «È il mio terzo LBS, e ogni anno il livello professionale dei partecipanti è sempre più alto», sottolinea Elena Delmagno di Martini. «Qui siamo molto affermati con l'esclusivo formato da 60ml, onnipresente nei bar di Lisbona per la miscelazione con birra, ma approfittiamo del LBS per presentare prodotti come il nuovo Bitter, oltre a Rubino e Ambrato, molto apprezzati dai professionisti, che qui promuoviamo attraverso i sample lisci, i mini cocktail in vetro e seminari con figure quali Simone Caporale e Alex Kratena».

Grande rispetto quindi per il professio-

nista, che si esprime come in nessun altro posto allo stand della vetreria Libbey: «Da anni siamo in costante contatto con la comunità bartender, attraverso competizioni, sondaggi e collaborazioni. Lanciamo qui, quest'anno, un nuovo mixing glass, ogni curva e dettaglio del quale è stato disegnato da bartender per un miglior utilizzo».

Quale futuro per LBS? chiediamo ad Alberto Pires: «Credo che abbiamo raggiunto la maturità, certo esploriamo nuove vie di sviluppo, ad esempio allargandoci al mondo del servizio di sala e della cucina, con seminari sul servizio e con la presenza di molti chef stellati. Guardiamo al mondo delle birre artigianali, fenomeno che si sta affermando in Portogallo da pochi anni, ma più che cercare la novità eclatante, ci concentriamo sul rimanere fedeli a noi stessi e allo spirito di ospitalità, reinvestendo ogni centesimo per rendere il LBS sempre migliore».

Visti i risultati è d'obbligo essere d'accordo con Alberto. Un pensiero speciale da parte nostra va a Angel Arrunada, in questi giorni mancato all'enorme affetto e alla profonda stima di innumerevoli colleghi di tutto il mondo.

Johnatan Ferri

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 - www.saviotrading.it

SAVIO

CHOOSE. TASTE. ENJOY.



L'ARTE DEL RISO (1)

Storia millenaria di uno spirito in continua evoluzione

DI NORIFUMI ABE

Può un paese identificarsi con la storia del suo spirito più antico e tradizionale? Sì, se parliamo di Giappone e di Sakè le cui origini risalgono al tempo delle prime bevande fermentate da cereali e i cui resti fossili più antichi risalgono a 6.000 anni fa.

Parlare di Sakè significa parlare di riso e di una paziente arte legata ad antichi riti produttivi. Classificare questo alcolico tra distillati o liquori sarebbe sbagliato, in pratica è un vino di riso. Per trovare le prime tracce documentate di risicoltura in Giappone bisogna andare indietro di 3.000-3.200 anni. Tuttavia non è possibile affermare con certezza quando sia nato il Sakè, uno spirito che,

per definizione, è in continua evoluzione da migliaia di anni.

Abbiamo detto Giappone, ma è in Cina che si trovano le prime tracce di Sakè, il cui consumo era certamente legato a rituali, anche religiosi, così come per tutti gli spiriti delle civiltà antiche. Il Giappone è un paese con una ricca mitologia, ed è proprio attraverso i testi che la celebrano che si rinvengono le prime tracce di Sakè.

Nel 712 d.C. il Kojiki, uno dei primi libri che ripercorre la storia del Giappone, riporta di una bevanda “a otto fermentazioni”. In altri testi, noti come Osumi no Kumi Fudoki, si cita di un Sakè fermentato in seguito alla masticazione di chicchi



di riso. Vi erano Sakè bianchi e torbidi, questi ultimi ancora oggi serviti durante i riti tipici della corte imperiale.

Il Sakè divenne popolare ed ebbe una forte evoluzione qualitativa quando si diffuse nei templi buddisti. Furono i bonzi a praticare la doppia semina, e a migliorare la raffinazione del riso. Ai bonzi si attribuisce il bodai moto (fermento di saggezza), preliminare della fermentazione principale. Succede così ancora oggi.

Il Sakè subì una battuta di arresto nel XIII secolo, quando lo shogunato di Kamakura ne vietò la produzione e ordinò la distruzione di tutte le giare contenenti il prodotto. La produzione sarebbe ripresa, su licenza, un secolo dopo. Le giare di terracotta per la fermentazione vennero sostituite dai tini di legno.

Nel 1505 apparve il primo manuale



sulla produzione di Sakè. Era il Goshu no Nikki, nel quale si stabiliva la moderna lavorazione: attraverso fermentazione lattica, botti per la fermentazione in più fasi (danjicomi), pastorizzazione e filtraggio. I grandi centri di produzione, Kyoto, Osaka e Kobe, si affermeranno tra il 1600 e il 1800. Il Sakè di quel tempo,



frutto di una conoscenza ancestrale e di nuove tecniche era molto simile a quello consumato oggi. Successivamente, sino al 1900, vennero definite le varietà di riso, approfondito le tecniche di microbiologia e pastorizzazione, la selezione dei migliori fermenti, apparvero le bottiglie

di vetro per la conservazione.

La Seconda Guerra mondiale portò dei cambiamenti. Gli sforzi bellici ridussero la quantità di riso per la produzione del Sakè, l'aggiunta di alcol bianco divenne prassi. La sconfitta subita dal Giappone accentuò il peggioramento della qualità. Veniva effettuato un taglio alcolico in rapporto di 2:1 con il Sakè, fu legalizzato l'uso di acido lattico, glucosio, e glutammato. Indubbiamente un calo di qualità alla quale una popolazione poco attenta al gusto si sarebbe abituata. Bisognerà attendere gli anni '70 per avere produzioni di qualità gerarchicamente definita superiore, primaria, secondaria. La qualità superiore comprende i Sakè Ginjo, privi di aromi primari e terziari, e con una grande ampiezza di aromi secondari. Contemporaneamente si diffusero altri Sakè: i Junmai (senza distillato di alcol), i Sakè invecchiati e i Kimoto Sakè a lievitazione naturale.

THE PERFECT
GIN
FOR THE PERFECT
NEGRONI



SEVEN
HILLS
ITALIAN DRY GIN



SEVEN
HILLS

ITALIAN DRY
GIN



distribuito da

PALLINI

#VIIHILLSGIN #ITALIANDRYGIN

WWW.VIIHILLS.CO.UK

BERE RESPONSABILMENTE



Possiamo affermare che erano gli anni in cui, mentre la popolazione consumava anche altre bevande, come la birra, diminuendo il consumo di Sakè, questo affinava la sua qualità. Oggi, i piccoli produttori che fanno prodotti di qualità, distillano normalmente solo tra ottobre e marzo. È il periodo in cui le basse tem-

perature proteggono dai microrganismi che proliferano nei processi produttivi gestiti dai toji, i maestri cantinieri.

La produzione del Sakè è un procedimento estremamente complicato, lungo e unico nel suo genere. Il riso per la produzione non deve essere necessariamente di comune tipo alimentare. C'è

ma

mezzoemezzo[®]

NARDINI



L'APERITIVO
STA NEL **MEZZO!**

PREPARALO COSÌ:

1 PARTE 
MEZZOEMZZO

1 PARTE 
DI SELTZ

GHIACCIO 

 **SCORZETTA
DI LIMONE**



BEVI RESPONSABILMENTE



bisogno di un cereale che sia solido e corposo, per essere sottoposto alla raffinazione che ne denuderà il cuore.

Normalmente il riso alimentare subisce una raffinazione che va dall'8 al 10%. I Sakè Junmai usano varietà di riso raffinate almeno al 30%, i Ginjo al 40%

e oltre, i Daiginjo sino al 50%. La raffinazione viene effettuata in mulini muniti di tamburi abrasivi che ruotano molto lentamente. Questo perché i chicchi non devono subire riscaldamento o essere rotti; è un processo lento che in alcuni casi arriva a 60 ore di lavorazione. È una fase molto importante perché, a parte l'amido, gli altri componenti del riso (crucca, oli, proteine) rilascerebbero aromi poco nobili e anche sgradevoli. Il riso deve essere, olfattivamente, il più neutro possibile. Una particolarità dei risi da Sakè è quella di avere un cuore molto poroso che facilita la proliferazione dei lieviti di fermentazione.

Terminata la raffinazione si passa al lavaggio del riso in acqua fredda. Le perle di riso vengono adagiate su di un setaccio immerso in acqua. Il tasso di umidità è controllato scrupolosamente



17 (B) 79

B.º NARDINI
DISTILLERIA A VAPORE

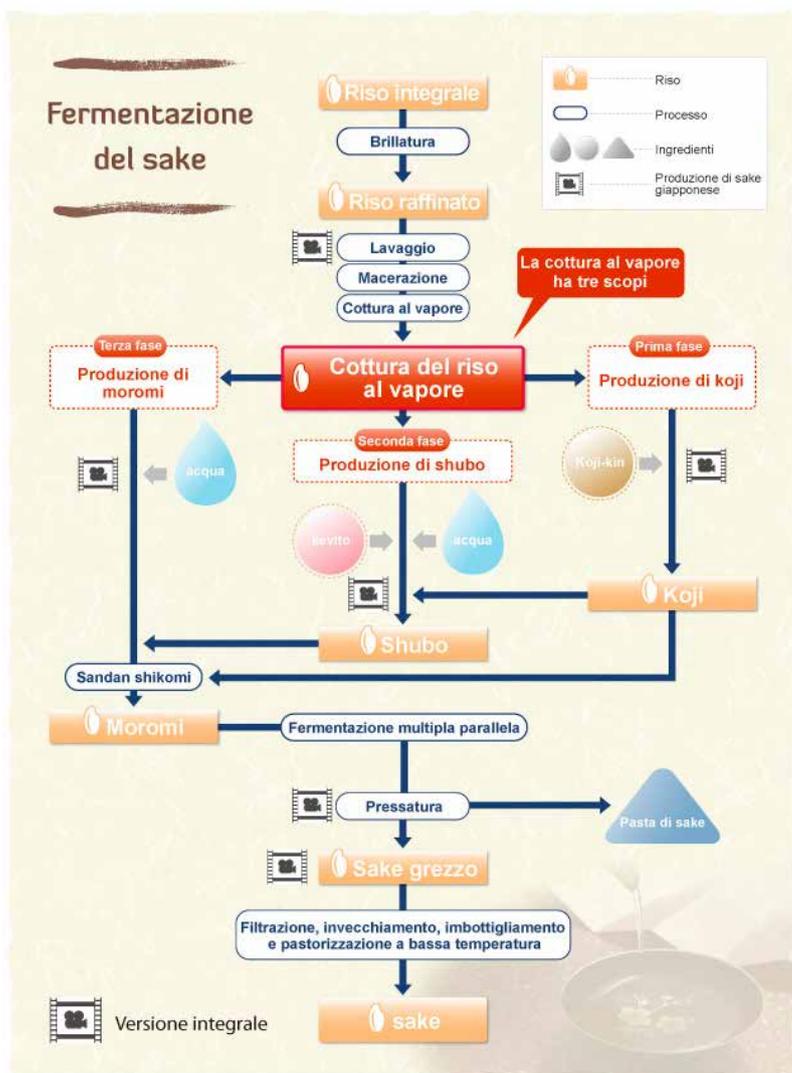
BASSANO DEL GRAPPA - ITALIA

**FATTI SORPRENDERE
DALLA NOSTRA STORIA**

#ladistilleriaditalia

Spirito Sorprendente, dal 1779

BEVI RESPONSABILMENTE



mente, morbide internamente. La cottura del riso a vapore e il successivo raffreddamento del riso servono per tre fasi: la preparazione del koji, del lievito madre, e per alimentare la successiva miscela detta moromi. Koji è il nome del riso trattato con l'omonimo fungo filiforme (*Aspergillus oryzae*), che trasformerà il composto di riso amidaceo non fermentabile, in riso saccarificato. Il dottor Eiji Ichishima dell'Università di Tohoku chiamò il fungo koji "fungo nazionale" data la sua importanza, non solo nella produzione del Sakè, ma anche in quella del miso, salsa di soia e molti altri cibi giapponesi.

La saccarificazione (trasformazione dell'amido in glucosio) inizia disponendo il riso raffreddato su di un piano riscaldato. Ricordiamo che l'amido è uno zucchero complesso non fermentescibile se non scomposto in zuccheri semplici. Il riso cotto viene cosparso con le spore del fungo *Aspergillus oryzae*, e suddiviso in vassoi di legno di cedro.

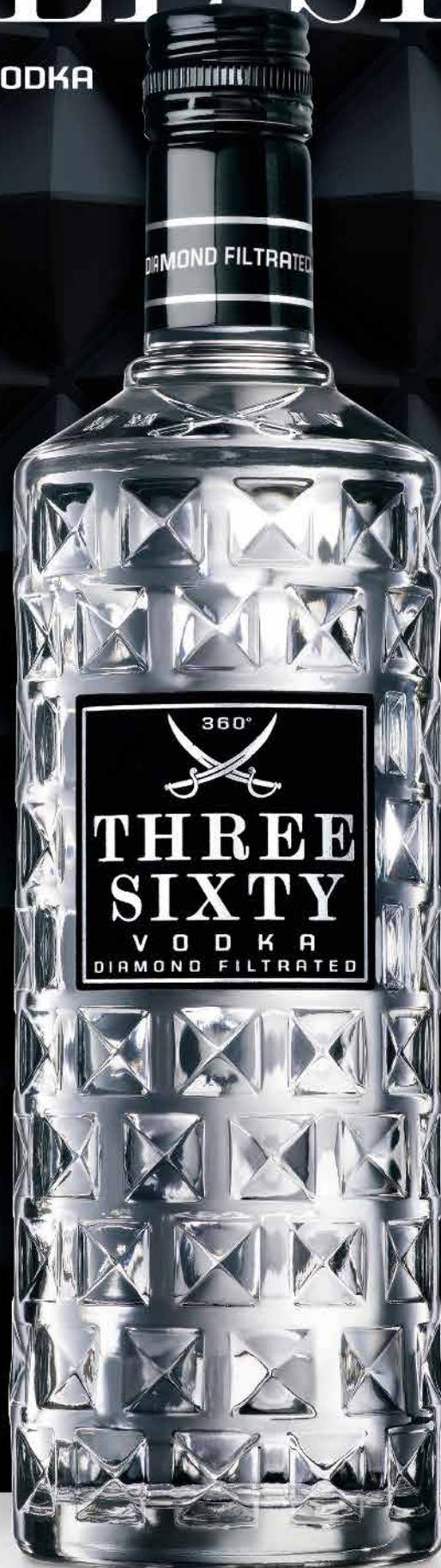
Il riso viene mescolato in continuazione per favorire la proliferazione del fungo responsabile della saccarificazione e ottimizzare temperatura e umidità. I produttori più artigianali utilizzano un bastone chiamato kimoto. Praticamente, è l'o-



affinché le perle di riso ne assorbano il quantitativo ritenuto necessario. Quindi si passa alla cottura a vapore del riso, circa un'ora con poca umidità e temperatura elevata. La cottura è migliore se fatta con vapore secco. Ciò permetterà di avere perle di riso croccanti esterna-

ONE, TWO THREE SIXTY.

DIAMOND FILTRATED VODKA



Massvoll-
genossen.de

— Distribuito da —
WWW.ONESTIGROUP.COM



WWW.THREESIXTY-VODKA.COM

BEVI RESPONSABILMENTE



PRODUZIONE

ALCUNE FASI DELLA LAVORAZIONE, IL FUNGO E LA LAVORAZIONE DEL KOJI.

perazione che i francesi chiamerebbero batonnage. Ottenuto il Koji può iniziare la preparazione dello shubo. Lo shubo

consiste in Koji, riso cotto al vapore con acqua, e lievito. Il tutto viene lasciato fermentare e questa è una fase unica della fermentazione del Sake giapponese, che terminerà con la preparazione del moromi (terza fase), dove si esalta l'unicità della produzione di Sakè.

In sintesi il Sakè è ottenuto con un processo di fermentazione diviso in stadi. Il primo giorno si aggiungono al lievito madre una prima parte di koji, il riso cotto al vapore e l'acqua (stadio chiamato hatsuzoe). La miscela così ottenuta viene lasciata riposare sino al giorno dopo per permettere al lievito di moltiplicarsi (stadio chiamato odori). Il terzo giorno si aggiunge a questa miscela la seconda parte di koji, riso cotto al vapore e acqua (stadio chiamato nakazoe). Infine, il quarto giorno si aggiunge alla miscela la terza parte (stadio chiamato tomezoe)

ALPESTRE

Sinfonia di 34 erbe.



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

alpestre.it

Distribuito da: OnestiGroup S.p.A.



per completare il processo. È una fermentazione multipla parallela attraverso la quale la conversione di amido in zucchero e di zucchero in alcol avviene parallelamente nella medesima vasca.

È un processo unico ed attuato solo in Giappone. L'acido lattico aggiunto, o i lattobacilli, servono a dare quell'acidità che elimina tutti i batteri tranne i lieviti selezionati che possono così riprodursi e proseguire la fermentazione principale.

Normalmente la fermentazione ha tre step per evitare lo sviluppo di microrganismi dannosi. A seconda della qualità voluta si utilizzano tini di diverse dimensioni e la fermentazione può andare generalmente dai 20 ai 30 giorni.

Le temperature sono molto importanti. Generalmente la temperatura massima di fermentazione per i Sakè di qualità non deve superare i 10,5°-11°, generalmente tra i 5° e 11°, per quelli comuni si può salire sino a 15°-16°.

Ottenuto il Moromi bisogna separarne i componenti solidi dalla massa liquida. Anche in questo caso esistono diversi metodi. Si può usare la meccanica, ma il metodo classico consiste nell'utilizzare delle sacche di tela che, una volta appese lasceranno sgocciolare il Sakè. Alcuni filtrano il Sakè, altri lasciano che la parte solida si depositi per precipitazione. La pastorizzazione avviene tra i 60° e 65°, e può essere effettuata anche in bottiglia. A questo punto il Sakè è pronto.

Nel prossimo numero parleremo delle varie tipologie di Sakè, delle loro caratteristiche, del rituale di servizio e del suo uso in miscelazione.

Norifumi Abe
(1/Continua)

Alcuni filtrano il Sakè, altri lasciano che la parte solida si depositi per la precipitazione

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 seccata.

ronabuelo12.com #CarattereSenzaTempo



DISTRIBUITO DA ONESTIGROUP.COM

BEVI RESPONSABILMENTE

Ron
ABUELO
PANAMA

ISPIRA GENERAZIONI **DAL 1908**



7 REGINE PER 7 CHAMPAGNE

Les FàBulleuses:
un tocco rosa
in un mondo
declinato al maschile

DI VALENTINA RIZZI



Champagne, una passione e una professione che unisce il femminile. Fà... come una melodia musicale, Bulleuses... come un flûte di Champagne.

“LesFàBulleuses” è un’associazione che brilla in mezzo alla Champagne, un tocco femminile in un mondo prettamente maschile. Femmine di cuore e vigneronnes di talento, Les FàBulleuses condividono le stesse passione e professione, gli stessi interessi, problemi, domande, motivazioni e piaceri. Convinte che l’unione faccia la forza, insieme vogliono far “brillare” ancora di più lo Champagne, formano una vera e propria squadra! Soffiando una boccata d’aria fresca sulla denominazione Champenoise, con la loro associazione si adoperano per elevare il vino e lo Cham-



pagne.

Sono sette vigneronnes che hanno deciso di far vivere lo Champagne al femminile. Sette donne, sette Champagne,



ognuno dei quali rappresenta una delle sette principali caratteristiche dell'associazione. L'Intrépide. La Pétillante. L'Exotique. L'Authentique. L'Epicurienne. La Globe Trotteuse. La Passionnée.

Si tratta della creazione di una linea innovativa, l'identità della maison. I loro obiettivi? Trasmettere la cultura del vino attraverso l'educazione, l'informazione e il consumo consapevole: riunire le donne

professionalmente coinvolte nella produzione di Champagne; promuovere lo scambio di informazioni tra vignaioli, la regione e il loro savoir-fair, raggiungere visibilità. Innegabilmente è con l'eleganza che queste "regine" dello Champagne si sono incontrate nel 2014 per trovare un modo intelligente di comunicare la loro femminilità senza essere femministe.

Ai piedi della Montagne de Reims, nel

THE SPIRIT OF ENGLAND®

DA SOLO GRANO INGLESE,
GILPIN'S GIN È IL CLASSICO LONDON DRY:
NOTE DI GINEPRO, AROMI DI SALVIA E BORRAGGINE
PER RENDERE UNICO IL VOSTRO MARTINI COCKTAIL.

A TRUE GINTLEMAN

GILPINSGIN.COM



PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

www.pellegrinispa.net - f Pellegrini Spa - @pellegrinispa1904

BEVI RESPONSABILMENTE





PRODUTTORI

QUI SOPRA
LAUREEN
BAILLETTE (A
SINISTRA).
IN ALTO LA
SEDE DELLA
JEAN
BAILLETTE-
PRUDHOMME.

villaggio Premier Cru di Trois-Puits, la maison Jean Baillette-Prudhomme, Récoltant Manipulant, è condotta da Laurent Baillette, un'affascinante ragazza produttrice di vino indipendente da quattro generazioni.

Laureen Baillette porta avanti la tradizione Champenoise di famiglia. I suoi vini esprimono e trasmettono la fruttosità e la spontaneità del Pinot Meunier, la finezza dello Chardonnay e la potenza del Pinot Noir. Lei è la protagonista dell'Intrépide,



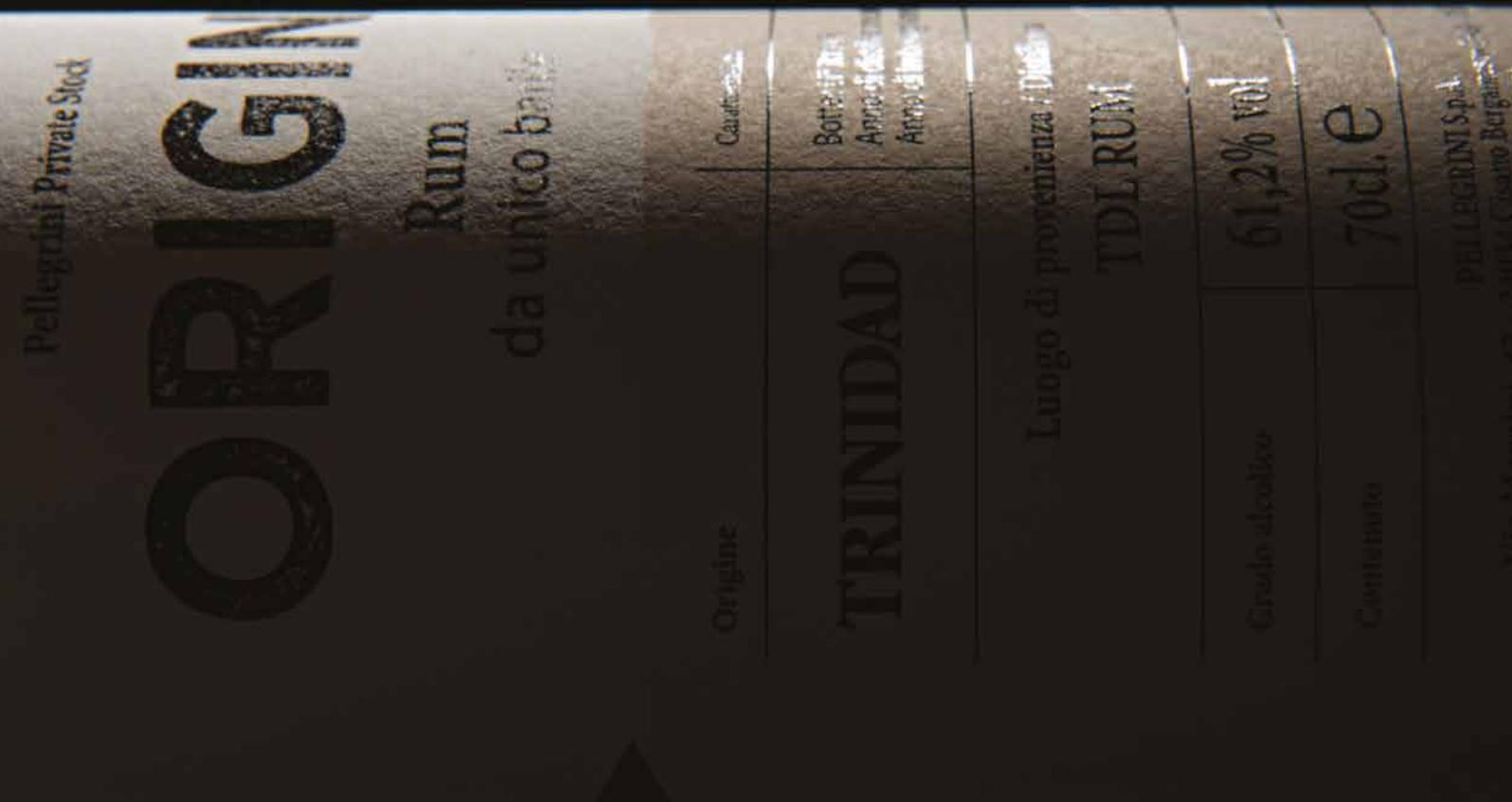
produzione piccola ma di elevata qualità. Parte tutto dalla medesima convinzione: un enologo deve vinificare le proprie uve, preferire le fermentazioni parcellari per esprimere ogni terroir e sapere come assemblare e invecchiare i vini. La Cuvée Héritage è l'esempio di un omaggio al tradizionale invecchiamento in botti di rovere.

L'invecchiamento dei vini nel tradizionale barile di rovere fa nascere un vino di alta gamma. Questo Champagne se-

PPS

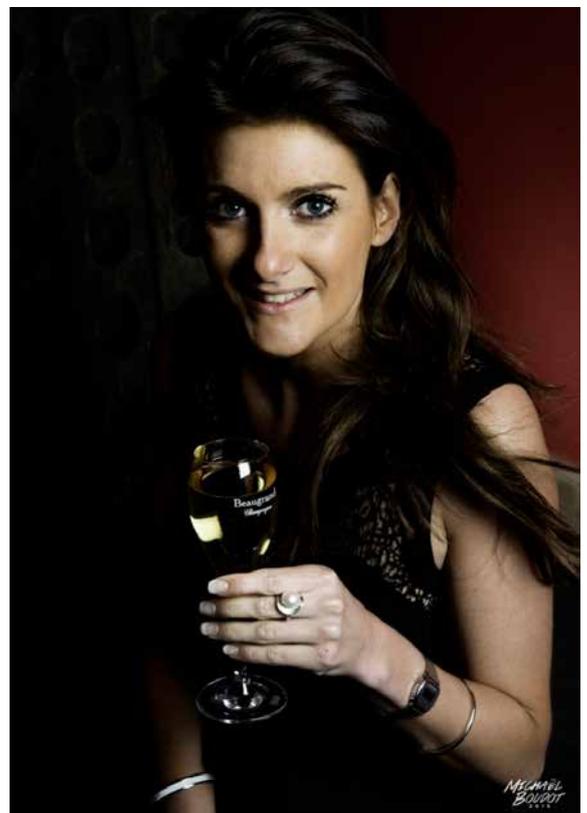
PELEGRINI PRIVATE STOCK

Top Quality Spirits



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

BEVI RESPONSABILMENTE



PRODUTTORI

QUI SOPRA LA CANTINA DELLA JEAN BAILLETTE-PRUDHOMME E LA PRESSA COQUAD. IN BASSO LAUREEN BAILLETTE.

duce i dilettanti con la sua complessità aromatica, sottili tocchi di vaniglia e finale di brioche. Parliamo di un 100% Chardonnay coltivato ai piedi delle Montagne de Reims, su un terreno gessoso.

Vinificato con una pressa tradizionale di legno chiamata Coquad, esegue la prima fermentazione in tini di acciaio inox per seguire una maturazione di 12 mesi in botti di rovere e un invecchiamento da 6 a 8 anni nella cantina.

Alla vista si presenta vestito di giallo dorato, un perlage fine ed elegante. Al naso una grande complessità aromatica rivela note di legno perfettamente fuse nel bouquet fruttato. Frutta secca, vaniglia e biscotto completano la finezza della sua espressione. Lasciate passare qualche minuto e l'incontro tra ossigeno e vino rivelerà qualcosa di più.

L'attacco in bocca è deciso ma equilibrato. Tutte le sfumature si rivelano al primo sorso, la bocca si riempie di aromi di mandorla, nocciola e agrumi. Una dolcezza discreta accompagna il legno. Finale lungo e strutturato con un bel tocco minerale. Equilibrio perfetto tra freschezza e vinosità, morbidezza e fermezza, senza

mai essere disarmonico. Tutto ciò conferisce complessità e purezza al vino. Uno Champagne per consumatori esperti e curiosi, alla ricerca di autenticità e intensità.

Hélène Beaugrand, l'Intrépide, è nipote di un grande personaggio dell'Aube. Ha compiuto i suoi studi in Borgogna e ha trascorso vari anni tra le vigne del Sudafrica, Australia e Stati Uniti. Nel 2008 è tornata a Montgueux, la sua terra per trasmettere

BEACH *style*

Particolarmente **morbido ed equilibrato** al palato, è ideale da bere liscio o con ghiaccio e soprattutto adatto come "taglio" nei vari cocktail.





PRODUTTORI
HELEN
BEAUGRAND.

la sua passione per il vino alle generazioni future. Il suo motto è “chi vivrà vedrà”.

La Maison è situata a 10 km da Troyes, sulle colline di Montgueux. Il Terroir di Montgueux è della stessa vena geologica della Côte des Blancs a nord della Cham-



pagne, e il vigneto è famoso per la tipicità del suo Chardonnay, in questo caso inteso come verità maggioritaria, re d'eccellenza.

Tutti i loro vini provengono da vigne di 45 anni coltivate su terreni erbosi. Utilizzano solo lieviti organici selezionati e la

JEFFERSON'S

OCEAN

AGED AT SEA



RIDICULOUSLY SMALL
BATCH BOURBON

imported and distributed by

PALLINI

KENTUCKY STRAIGHT
BOURBON WHISKEY
VERY SMALL BATCH

45% ALC./VOL. (90 PROOF) · 700ML



PRODUTTORI
FLORENCE
DUCHENE.

fermentazione malolattica svolta nella loro cantina regala vini generosi, complessi e di grande finezza. In cantina vengono elaborate 35.000 bottiglie, conservate almeno 3 anni prima della loro commercializzazione. Il loro metodo di lavoro rimane tradizionale.

La Maison promuove la viticoltura sostenibile favorendo la copertura erbacea e l'opportunità di non usare erbicidi o insetticidi. Carte de Blanche Brut Non Dosé: 100% Chardonnay esclusivamente prodotto sulle colline di Montgueux. Giunto a maturazione questo Champagne Blanc de Blancs esprime tutta la sua luminosità e doratura, con un perlage fine ed armonioso.

Al naso un bouquet di frutta esotica e fiori bianchi si meschia con una nota mie-

losa sul finale. Una bocca piena, fresca e con un finale piacevolmente equilibrato, rimanda alle note armoniose del naso. Uno Champagne complesso, armonioso e senza zucchero aggiunto. Una complessità davvero sorprendente.

L'Exotique, Florence Duchêne. Arrivata alla Maison nel 2011 dopo un master in OIV e parecchi viaggi all'estero con Charlotte de Souse, le sue radici Champenoise le hanno insegnato l'amore per la vigna, quelle filippine le hanno invece permesso di apportare semplicità e spiritualità ai suoi vini; naturali, dinamici e femminili. Il suo motto è "colui che dimentica le proprie radici, non raggiungerà mai la sua meta".

La Maison si trova a Cumières, tipico villaggio della valle della Marne tra le colline e il fiume, con le vigne che si spingono sino a bordo del corso d'acqua in una sorta di anfiteatro che le protegge dal vento del nord. Data la grande diversità del suolo e i vari vitigni presenti, gli Champagne hanno una complessità seducente, buon



equilibrio e un attraente bouquet.

Nel 2013, lo Champagne Florence Duchêne ha avuto un anno segnato dal gesso bianco del terroir. Con le nuove generazioni si è passati a una visione della viticoltura sostenibile che dona autenticità al vino. La tenuta offre una gamma di 4 vini unici. Dalla loro concezione, le cuvée vengono segretamente conservate nelle cantine per renderle uniche.



PRODUTTORI
QUI SOPRA,
SOPHIE MILES.

Florence si prende cura del suo vino, per donargli finezza e vivacità non svolge la fermentazione malolattica. Come per ogni cuvée, ogni annata riceve un'attenzione speciale, le bottiglie vengono maneggiate il meno possibile. Inoltre, la miscelazione e la vinificazione sono fatte sotto l'occhio attento di Florence e Vincent per garantire qualità e conformità delle cuvée. Cuvée di Mangan Brut Reserve. Dio del raccolto, secondo le tradizioni filippine, Di Mangan, appello spirituale e naturale, è diventato uno Champagne unico composto da: Chardonnay 50%, Pinot Noir 45%, Pinot Meunier.

Color oro tenue, brillante e luminoso, un perlage fine che giunge al naso ben equilibrato di aromi fruttati, una freschezza meravigliosa. Attacco in bocca diretto ma vellutato, seducente, che rimanda ai frutti rossi. Complesso, elegante, discreto e fine.

L'Authentique, Sophie Milesi, ha studiato economia e commercio, viaggiato e vissuto per anni lontano dalla Champagne per poi ritrovarla, tornando a essere una "Champagneuse". Il suo motto è "volere è potere".



PRODUTTORI

A DESTRA IN ALTO, SOPHIE MILES. IN BASSO CLAIRE BLIN.

Champagne Guy Mea è a Louvois, villaggio Premier Cru della Montagne de Reims con vigne nei villaggi di Louvois, Bouzy-Ludes, Montbré e Tauxières-Mutry con coltivazioni su suoli argillosi calcarei. Anche qui il Re indiscusso è lo Chardonnay. Champagne Guy Mea Cuvée Prestige 1er Cru: assemblaggio di oltre il 60% Chardonnay, combinato con la forza e la rotondità del Pinot Noir e il 20% vini di riserva e dosaggio zero. Vigneti di circa 35 anni, raccolta manuale e utilizzo di un torchio tradizionale. Dopo la prima fermentazione svolgono una fermentazione malolattica completa; affina sei anni sui lieviti. Champagne che conquista: profumi di pesca bianca, limone verde e ciliegia, donano charme ed eleganza, per finire con note speziate di pepe bianco. Complesso e potente.

L'Epicurienne, Claire Blin, ha lavorato a Bordeaux e in Cognac per poi ritornare in Champagne nel 2005. Claire pensa che i vini di Champagne siano mistici e siano fatti per essere condivisi. Il suo motto è "l'acqua separa i popoli, il vino li riunisce".

Champagne Mary Sessile è situato a Treslon nella Vallée de l'Ardre. Claire inizia

a vinificare nel 2005, anno della creazione del suo centro di pressurage e crea delle cuvée di spiccata personalità da singoli Cru e un singolo vitigno. Révélation Brut Blanc de Blancs: 100% Chardonnay. So-

Goslings

Since 1806



Black Seal 151

- 3/4 oz succo lime fresco
- 3/4 oz estratto di ananas fresco
- 1/2 oz succo di pompelmo fresco
- 1/2 oz sciroppo di passion fruit
- 1 1/2 oz Goslings 151
- 1 barspoon Mistrà Pallini
- 1 barspoon di sciroppo di zucchero di canna scuro

Decorare con
rametto di menta, ananas
e zest di pompelmo

Ricetta di:
Gianni Zottola



PRODUTTORI
 IN ALTO, CLAIRE
 BLIN (A
 SINISTRA) NEL
 VIGNETO.
 QUI SOPRA,
 CHARLOTTE DE
 SOUSA.

sta tre anni suoi lieviti, fine e seducente, piacevolmente fruttato, con note di mandorle e mela verde. In bocca è morbido e fresco. Armonioso ed equilibrato.

La Globe Trotteuse, Charlotte de Sousa, terminato il Maste in OIV (Organisation International de là Vigne et du Vin) nel 2011 comincia a lavorare nell'azienda di famiglia, occupandosi delle vigne e del rapporto con la clientela. Un viaggio con la "collega" Florence Duchêne le ha permesso di avere una visione più ampia e internazionale dello Champagne.

La meticolosità propria del gentil sesso, unita all'innata creatività, si traducono in un prodotto differente ogni anno. Il suo



motto è "vivi i tuoi sogno, ma non sognare la tua vita".

La Maison De Sousa si trova ad Avize, villaggio Grand Cru della Côte des Blancs, coltiva vigne di 25-30 anni in regime biodinamico su un suolo prettamente gessoso. Cuvée Reserve: 100% Chardonnay. Affina per tre anni sui lieviti. Champagne di eleganza con piacevoli aromi floreali e allo stesso tempo pulito e minerale, si denotano anche note di maturità, di brioche e agrumi maturi. Ben equilibrato in bocca e persistente al palato. L'eleganza e la struttura si mischiano tra loro rilasciando una splendida armonia.



PRODUTTORI

SOPRA, LA
FAMIGLIA DE
SOUSA.
A SINISTRA,
CHARLOTTE.
IN BASSO,
MATHILDE
BONNEVIE.



La Passionée, Mathilde Bonnevie, dopo gli studi di commercio internazionale e di vinificazione a cui seguono alcuni stage nella regione, prende in mano le redini dello Champagne Rochet-Bocart. Pensa che il mondo delle bolle francesi abbia bisogno di un tocco di femminilità per essere più creativo e sensibile. Il suo motto è “cercare di ottenere i mezzi per raggiungere i propri obiettivi e per fare in modo che i sogni si realizzino”.

La Maison Rochet-Bocart è a Vaudemange, villaggio Premier Cru, nella Montagne de Reims vicino a Trepail, con vigne di età media tra 35 e 40 anni, su suolo



PRODUTTORI

UN'ALTRA
IMMAGINE DI
MATHILDE
BONNEVIE.

calcareo. Lo Chardonnay è il vitigno principale, la vinificazione avviene in legno con dosaggi bassi.

Champagne Maison Rochet-Bocart Blanc de Blancs Brut Nature: composto da 100% Chardonnay, svolge la fermentazione malolattica e affina per sei anni sui lieviti. Color oro dorato, perlage elegante e fine. Naso espressivo, fresco con note di limone, fruttato di pesca e pera. Bocca morbida, vellutata ma allo stesso tempo fresca. Un connubio perfetto tra gli aromi seducenti della frutta e la struttura del vino.

Ogni FàBulleuse proviene da un villaggio diverso, ognuna ha una storia molto particolare. Ma quello che le unisce e ne fa una entità unica è l'amore appassionato e totale per la vigna e le sue potenzialità. In un sistema in cui tutti parlano di "terroir" queste sette regine del vino dimostrano concretamente che è solo con l'impegno quotidiano che si possono ottenere grandi risultati.

In Champagne come altrove, in Francia e nel mondo, le donne svolgono un ruolo primario. Nei vigneti e in ogni tappa del-



la vinificazione, le donne sono coinvolte in modo totalitario, nonostante tutto non fanno quasi mai parlare di loro e lavorano in silenzio.

Lo Champagne, simbolo del celebre *french touch* e ospite permanente a tutti gli eventi festaioli più esclusivi, non ha bisogno di ulteriore fama. La sua immagine di prodotto luxury è talmente consolidata da non avere più bisogno di promozione o marketing. Ma per Les FàBulleuses ha il dovere di presentare anche quanti producono Champagne, magari meno blasonati, ma che esprimono al meglio la realtà di piccole aziende votate all'alta qualità.

Queste donne hanno deciso così di mettere l'accento sulla loro femminilità per troppo tempo considerata un punto debole. Carta vincente: la polivalenza. Combinando fascino e dinamismo, offrono qualcosa di inedito di cui lo Champagne può certamente andare fiero.

Valentina Rizzi

THE SOUL OF AFRICA

Distilled in the heart of England



WHITLEY NEILL
HANDCRAFTED DRY GIN

The Essence of Discovery

2013, DINOS CONSTANTINIDES

Orgoglio e coraggio

DI FABIO BACCHI

Determinazione e coraggio sono doti decisionali che si rivelano quando si è chiamati a compiere scelte difficili, di quelle che possono cambiare il senso di una carriera e a volte della vita.

Sino al 2013 Nicosia, a Cipro, non era certamente una di quelle piazze dove la cocktail culture trovava momenti di esaltazione. Mixer e spirit long drink erano lo standard del bere locale. Il 2013 fu anche l'anno di una crisi economica che avrebbe lasciato un segno importante nella storia dell'isola. Ma fu anche l'anno in cui un bartender decise che era arrivato il momento di imprimere una svolta culturale ai consumi locali.

Dinos Constantinides intravide una opportunità in un mondo che stava cambiando e colse l'attimo. Quella che era una scuola sarebbe divenuto un elegante cocktail bar munito di un laboratorio dove sperimentare tecniche e ricerche di nuovi gusti. Il Lost & Found Bar di Dinos Constantinides esprime oggi drink di classe internazionale, ricercati, sofisticati quanto basta. Un motivo in più per un viaggio a Nicosia.

UNA SCELTA CORAGGIOSA

Il 2013 fu l'anno di una grande recessione economica a Cipro. Durante quel caotico periodo decidemmo di darci una nuova opportunità aprendo il nostro bar. La crisi economica fu la peggiore della storia moderna di Cipro, con lo shut down di banche e l'imposizione di un prelievo forzoso su tutti i capitali depositati. Come previsto le attività cominciarono a chiudere una dopo l'altra, la gente era riluttante a spendere soldi. Sembrava una follia aprire un bar, ma noi lo facemmo.

Come hai immaginato di differenziarti?

«Il grande dilemma era immaginare come un bene di consumo, in questo caso cocktail e drink, poteva essere penetrante in un mercato così represso ed esercitare appeal sui consumatori. Diluire le proprie convinzioni su come i drink dovevano essere per adattarsi al mercato in quel momento o attirare il consumatore differenziandosi? Con un senso del rischio scegliemmo la seconda ipotesi. I fondi a disposizione erano veramente pochi e insufficienti. Trasformammo la nostra scuola di bartending in un bar



che non aveva nulla a che fare con quelli esistenti in quel momento. Focalizzammo su cocktail elaborati con nuove tecniche di preparazione, presentazione, spiriti di qualità, ingredienti eccelsi, garnish, comunicazione altri dettagli».

Ispirazione terroir?

«In tempi di recessione la gente tende a supportare i business e l'economia locali, e Cipro non fece eccezione. La gente riduceva l'acquisto di beni di importazione e comprava prodotti locali. Fui ispirato a usare ciò che Cipro naturalmente of-

friva, ad esempio le barbabietole, un ingrediente locale molto usato nella cucina cipriota».

Tradizione e ricerca per nuove espressioni di gusto.

«Molti trend si stanno sviluppando nel mondo, alcuni possono essere considerati innovativi in alcuni paesi, meno in altri. Fondamentalmente, seguire i trend, ci concede la possibilità di essere un passo avanti e offrire la possibilità di far provare qualcosa di nuovo alla propria clientela. La nostra filosofia è quella di utilizzare



LA RICETTA

TOLD YOU SO

INGREDIENTI

- 20ml Cherry Heering
- 10ml London Dry Gin
- 10ml Vermouth Mancino Secco
- 20ml succo fresco di prugne
- 10ml oleo saccharum di barbabietola*
- 45ml Champagne
- pinch di sale
- pinch di pepe nero

Metodo: shakerare tutti gli ingredienti eccetto lo Champagne.

Fine strain e aggiungere Champagne.

Glassware: coupette

Garnish: ice chunk

Oleo saccharum di barbabietola: 500gr di fettine di barbabietola lessata. Riporle in una vacuum bag con 500gr di caster sugar, bucce di 3 lime e lasciare macerare. Cucinare sotto vuoto per 2 ore a 60°. Filtrare.

ingredienti comunemente noti, soprattutto locali, e lavorarli con nuove tecniche. È entusiasmante osservare come con nuove tecniche di lavorazione si possono avere nuove espressioni di gusto con lo stesso ingrediente. Riusciamo a presentare gusti comuni introducendoli come qualcosa di nuovo».

SHARING IS CARING

«Ciò che io ritengo molto significativo per l'evoluzione della bar industry è la possibilità di condividere informazioni per rendere le nostre produzioni più performanti, come nel caso delle preparazioni homemade. Abbiamo la possibilità di accedere a conoscenze di varie tecniche, quotidianamente utilizzate da noi, ma ignote alla moltitudine degli operatori. In questo senso noi ci adoperiamo attraverso la diffusione del nostro knowledge con la produzione di video che trasmettiamo attraverso il programma "Lost + Found Exposed" videos su youtube channel».

Il cocktail per il Cherry Heering Bicentenary.

«Le prugne sono frutti popolari e diffusamente coltivati a Cipro. Ho scelto questo frutto perché ritengo che giochi molto bene con Cherry Heering. Lo Champagne è l'ingrediente contraddittorio del cocktail. Ricordo che quando per un party privato per una famiglia benestante suggerimmo di servire uno Champagne cocktail come welcome drink, il cliente era in disaccordo perché lo riteneva provocatorio per quei tempi di grave recessione. Ricordo che istintivamente pensai che non sarebbe stato quello l'approccio che avrei seguito per perseguire il concetto di qualità. Da qui il nome del drink "Told you so"».

Fabio Bacchi

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



SPIRITO ROCK

Performance, simpatia e creatività.
In finale la coppia Clementi & Diaferia

DI GIULIA ARSELLI

Ottocento coppie di bartender si sono esibite a colpi di shaker, creatività, ingegno, sapienza e *savoir-faire* per aggiudicarsi l'opportunità di sfidare i team di tutto il mondo

alla finale internazionale di Absolut Invite Global Competition di fine giugno.

Absolut Invite è la cocktail competition dedicata ai bartender dall'anima rockstar, che miscelano a ritmo di mu-



sica, ipnotizzano con lo shaker, ammaliano con la simpatia, conquistano con la creatività.

Un mixologist deve preparare ottimi drink, ma non solo. Molte sono le skill necessarie per distinguersi: velocità, cortesia, fantasia, feeling con il cliente e un po' di psicologia.

Compito difficile quello della giuria composta da: George Cerrone, bar manager di Hobo a Stoccolma e già bar manager del Caffè Propaganda di Roma; Jakob Sundin, bartender svedese, uno dei fondatori del più significativo premio della bar industry svedese, i Bartenders' Choice Awards; Claudio Zerilli, romano, titolare della scuola Bartenders' Art e





I FINALISTI ITALIANI

Lorenzo Fallovo & Danilo Di Nitto
kasa Incanto, Gaeta

Ivan Patruno & Vincenzo Civita
Bulk, Milano

Alessandro di Fabrizio & Ivan Di Vittorio
La Nuova Lavanderia, Pescara

Alessandro Cofini & Bruno Rocco
Ercoli 1928 + Pantaleo, Roma

Dario Gioco & Manuel Monetti
Club Spirito Speakeasy, Roma

Giulia Clementi & Davide Diaferia
Club Derriere, Roma

Branka Vukasinovic & Federica Babando
The Beach, Torino

Filippo Laccu&llia Gorshkov
Bar Latante-Mad, Firenze

brand expert di Absolut Vodka; Gabriele Stillitani bar manager a Lugano e influencer.

Le squadre si sono dimostrate altamente competitive in tutte le 5 prove. La prima verteva sulle conoscenze relative ad Absolut, la Vodka, il mondo della notte e i drink. La seconda si basava sulle abilità di riconoscimento sensoriale, la terza su uno speed round (velocità di miscelazione) di 10 cocktail, la quarta verteva sulla capacità di memorizzazione di 20 comande di 20 clienti diversi e infine l'ultima, la più importante, la preparazione del drink, il mix creativo con Absolut Vodka.

A vincere, sveltando di pochissimo sul resto dei concorrenti, è stata la coppia composta da Giulia Clementi & Davide Diaferia del Club Derriere di Roma, con un mix di abilità e impegno sociale. Molto originale, bello ed emozionale il segnale giunto dalla performance dei due

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

19 GIUGNO
FONTANELLA DISTRIBUZIONE
SANT'ANTONIO ABATE (NA)

20 GIUGNO
NEW BAR CONCEPT
BRINDISI

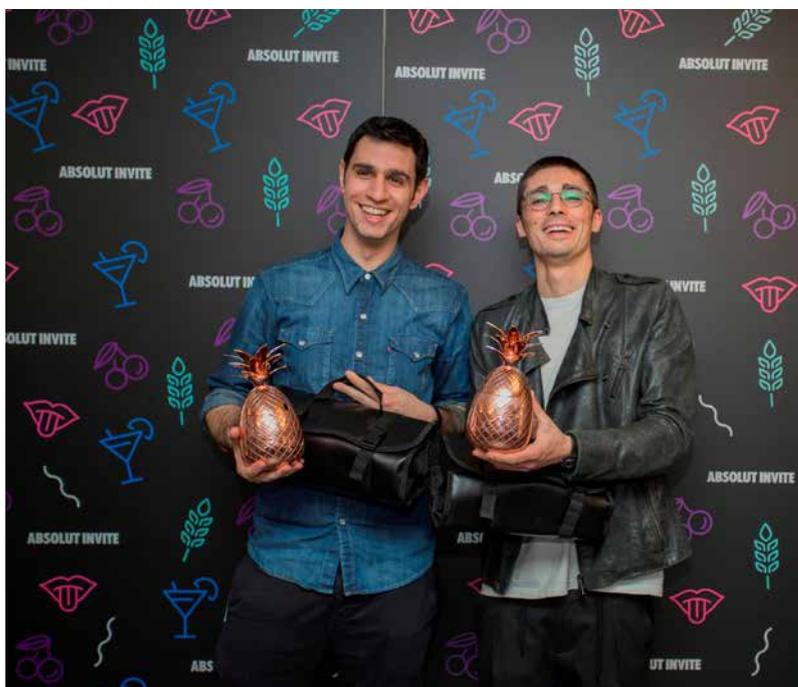


Per la crescente contraffazione di questo liquore, si consiglia di verificare attentamente l'etichetta e di acquistare presso i rivenditori autorizzati. Per la crescente contraffazione de cette liqueur, on vous recommande de vérifier attentivement l'étiquette et d'acheter chez les revendeurs autorisés. Die überhandnehmende Nachahmung meines Likörs, zwingt mich zu dieser Abänderung der Aufschriften, und zum Beweis der Echtheit, werde ich stets die Etiketten mit meiner Unterschrift versehen.

The increasing contraffaction of my liqueur, induces me to alter the label as follows and to authenticate it by my signature as a fool.

Girolamo Luxardo

Product of Italy



LA RICETTA VINCENTE

COLLIS

INGREDIENTI

- 45 ml Absolut
- 30 ml succo di limone
- 15 ml passion Fruit
- menta fresca
- Ginger Ale
- Float di Pimento Dram

Tecnica: muddled. Glass: Collins.

Garnish: menta e bacche di pimento

bartender. Infatti, durante la loro presentazione, Giulia ha raccontato attraverso il linguaggio dei segni la presentazione del loro cocktail "COLLIS" ispirato alla lingua dei segni (LIS), che in Italia non ha ancora ottenuto il riconoscimento, unico paese in Europa insieme al Lussemburgo. «Un drink silenzioso che urla la sua bontà», ha commentato qualcuno.

Al secondo posto Alessandro Cofini e Bruno Rocco (*nella foto in alto*) rispettivamente di Ercoli 1928 e Pantaleo di Roma; al terzo Ivan Patruno e Vincenzo Civita del Bulk di Milano (*nella foto in basso*). Ora a Giulia e Davide spetta la sfida mondiale in Svezia patria di Absolut ad Åhus e Stoccolma.

Il team vincente avrà la possibilità di lavorare con Absolut per un anno e di intraprendere un viaggio in tutto il mondo.

Giulia Arselli

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





CARICA PAPAYA

Perfetta in punch tropicali,
sposa bene il succo di arancia
per una rivisitazione
del famoso Planteur

DI GIOVANNI CECCARELLI

La papaya è il frutto della pianta *Carica papaya*, una pianta erbacea perenne che in natura può raggiungere i 10 metri di altezza. Dal momento che non esistono evidenze archeologiche definitive, è difficile stabilire con estrema sicurezza la zona di origine di questa pianta, alcune evidenze indirette supportano la tesi che la papaya possa essere origi-

naria dell'America Centrale.

Esistono prove del fatto che le civiltà precolombiane (Aztechi e Maya) coltivassero il mais, ma nulla è stato finora trovato riguardo a questo frutto. Tuttavia il termine papaya è sicuramente di origine caraibica e questo suggerisce che fosse già conosciuta prima dell'arrivo degli spagnoli. È invece sicuro che la diffusione di



PAPAYA
 SOPRA, UN
 ALBERO DA
 FRUTTA E LA
 FASE DELLA
 RACCOLTA.
 A SINISTRA
 PAPAYA
 DISIDRATATA.

questo frutto in Sud America e in altre parti del mondo sia avvenuta grazie agli spagnoli a partire dal XVI secolo: nel 1550 la papaya arrivò nelle Filippine e nel 1610 in India. Oggigiorno è chiamata anche fruta bomba, lechosa, papaw (o pawpaw), ed è diffusa praticamente in tutti i tropici (non sopporta le basse temperature). Negli ultimi 50 anni ha visto un importante aumento produttivo, tanto da diventare uno dei 5 frutti tropicali più coltivati e consumati, anche se ancora lontano da banana e mango.

Forma, colore e dimensione della papaya sono molto variabili. Il frutto può infatti essere cilindrico-allungato (frutto delle piante ermafrodite) oppure rotondeggiante (frutto delle piante femminili), di lunghezza compresa tra i 6 ed i 20-30 cm. Il peso può variare tra un minimo di 100g (poco più grande di un kiwi) e i 10kg (cocomero di medie dimensioni). Il pericarpo è spesso tra i 2 ed i 4-5cm e racchiude una cavità ricca di semi, circa 600.

La maturazione di questo frutto è cli-



materica, quindi matura anche dopo la raccolta. La papaya acerba è verde e se incisa perde lattice, un liquido di colore bianco, acidulo, composto da acqua, zuccheri, amidi e alcuni enzimi, utilizzato anche come rimedio medicinale. Il frutto maturo ha la buccia giallastra e polpa gialla, arancione o rossastra perché la clorofilla si degrada, rivelando i carotenoidi sottostanti. Durante la maturazione cambia colore, consistenza, aroma e quantità di zuccheri, anche se questi ultimi aumentano solo quando matura in pianta perché, a differenza della banana o del mango, non accumula amidi. È quindi importante



COLTIVAZIONE

ALCUNE FASI DELLA MATURAZIONE. A DESTRA LA PAPAYA DI MONTAGNA. QUI ACCANTO, UN FRUTTO ACERBO.



raccoglierlo quando è almeno per metà gialla o, al limite, al “color break” cioè quando inizia a diventare gialla. Se raccolta troppo presto non diventerà dolce. Dal punto di vista aromatico invece non è stata trovata differenza tra il frutto maturo in pianta o dopo la raccolta.

La papaya può essere acquistata e consumata sia acerba che matura. Acerba può essere consumata anche cruda, tuttavia cotta (bollita) è molto più gradevole. Matura è ottima in drink e punch tropicali a base Rum, per esempio in unione al succo di arancia, per una rivisitazione del famoso Planteur. Anche i semi possono essere utilizzati in cucina e al bar, essiccati e tritati come fossero pepe. Il loro sapore è speziato e vagamente pungente. In alcune nazioni cucinano anche le foglie

giovani, tuttavia non ho mai avuto possibilità di provarle. È un frutto suscettibile alle basse temperature, quindi ai danni da raffreddamento. Se perfettamente matura può essere conservata anche a 7°C, altrimenti è bene stoccarla a una temperatura tra i 10 e i 13°C.

La varietà coltivata più famosa è la “Solo”, di eccellente qualità, dalla polpa dolce e di peso massimo di un kg, dalla forma di una grossa pera. Facile da reperire in Europa è la “formosa”, *cultivar* che produce un frutto allungato di peso superiore al kg, polpa arancione, soffice e dolce quando matura. Altre varietà meno diffuse e reperibili sono la cubana “Mara-dol”, la sud-africana “Hortusgold” e l’australiana “Bettina”.

Cugina della *Carica papaya* è la *Vasconcella pubescens* (prima *Carica pubescens*), conosciuta come papaya di montagna. Nativa delle Ande, cresce fino a 3.000 metri slm. Come accade per il mango e altri frutti tropicali, da qualche anno si coltiva papaya anche in Sicilia, in particolare nella provincia di Palermo, con la supervisione della facoltà di agronomia dell’università di Palermo. Dal 2013 al 2016 le piante erano già passate da 50 a 300. La raccolta avviene tra aprile e ottobre.

Giovanni Ceccarelli

VARNELLI

dal 1868

SHALL
WE MIX?



www.varnelli.it

BEVI RESPONSABILMENTE

ROTTA SUL RUM

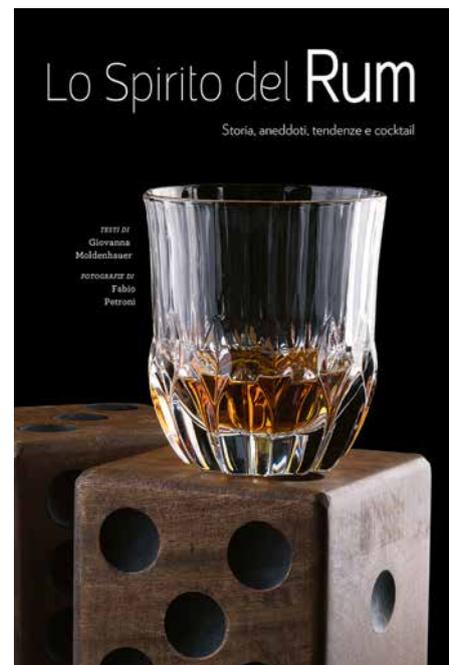
LO SPIRITO DEL RUM – STORIA, ANEDDOTI, TENDENZE E COCKTAIL

GIOVANNA MOLDENHAUER – FOTOGRAFIE DI FABIO PETRONI
EDIZIONI WHITE STAR – PAG. 143 – EURO 12,90

Etichette prestigiose, foto bellissime, schede monografiche su ogni singolo brand. “Lo Spirito del Rum” conduce il lettore alla scoperta dei metodi di produzione che caratterizzano i vari stili, gli aneddoti e la storia del distillato figlio della canna da zucchero. Una storia scritta da schiavi, pirati e contrabbandieri, trafficanti senza scrupoli, ma anche da generazioni di produttori che imperterriti portano avanti una tradizione di cui il Rum è fiero ambasciatore.

In un momento di grande fermento per la *spirit industry* mondiale, l’opera della Moldenhauer, riccamente illustrata con le foto di Fabio Petroni, apre una finestra per appassionati e addetti ai lavori su uno spirito che sta vivendo momenti di grande cambiamento.

“Lo Spirito del Rum” è un immaginario viaggio del mondo attraverso 41 Rum divisi nelle loro classiche tipologie, agricole e tradizionale. Le schede monografiche sono ricche di informazioni, di facile e scorrevole lettura, complete di profilo degustativo. La parte finale del libro comprende una serie di 15 cocktail elaborate da The Spirit Cocktail Bar, di Milano. Grazie all’impiego di classiche tecniche di esecuzione le ricette, eseguite come twist su grandi classici o ispirate a luoghi e storie identitarie dei Rum, esaltano la



spirit expression dei Rum utilizzati in combinata con preparati homemade. Molto utile l’elenco delle distillerie completo di indirizzi web. Giovanna Moldenhauer è giornalista professionista da più di 20 anni, sommelier con lunghe esperienze nel mondo dei distillati, presenza fissa agli eventi di settore, già autrice per affermate riviste italiane ed estere. Fabio Petroni ha firmato le campagne pubblicitarie di prestigiose aziende mondiali, molte delle quali italiane. Lo Spirito del Rum è un libro che arricchisce la ricca iconografia di settore e merita di stare nella biblioteca di ogni appassionato.

Alessandro Palanca

DURO.PURO. BLOCCO

GHIACCIO ALIMENTARE CONFEZIONATO



DIVENTA NOSTRO PARTNER

*scrivici a info@puroghiaccio.it
www.puroghiaccio.it*



NEGRONI

ANTICA DISTILLERIA

Bitter

Il Bitter della Negroni Antica Distilleria è l'aperitivo dal gusto pieno e deciso.

Riesce ad esprimere tutta la potenza delle erbe aromatiche, senza mai risultare eccessivo.

Il profumo ed il gusto della genziana, fondendosi con l'arancio amaro, lasciano poi spazio alla china per un intrigante retrogusto bitter.

Tipicamente da miscelare, ma non disdegna il classico liscio on the rocks. Un classico degli aperitivi.

negronianticadistilleria.com



distribuito da:



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

vargros.com