

BarTales

ANNO IX | N. 5 | GENNAIO 2022



HOT SPIRIT
TRACCE
ANCESTRALI

REPORT
LIVORNO
DA BERE

ZOOM
ATTENTI
AL VOTO



LIQUID STORY

L'ELISIR DI SICHELGAITA



8



22



32



50



62



80



90



98



108



116

- 5** **L'editoriale** di Melania Guida
STORIE DI GUSTO
- 6** **News** DAL MONDO
- 8** **Hot Spirit/1** di Alessandro Palanca
ORIGINE CONTROLLATA
- 22** **Report/1** di Fabio Bacchi
NON SOLO SCOTCH
- 32** **Zoom/1** di Sara De Marco
IL BELLO DELL'ETICHETTA (2)
- 50** **Liquid Story** di Alessandro Palanca
L'ELISIR DI SICHELGAITA
- 62** **Hot Spirit/2** di Vittorio Brambilla
TRACCE ANCESTRALI
- 80** **Event** di di Valentina Rizzi
IL GUSTO DELLA MEDITAZIONE
- 90** **Report/2** di Marco Gemelli
LIVORNO DA BERE
- 98** **Focus On** di Vittorio Brambilla
BUON COMPLEANNO COCCHI
- 108** **Zoom/2** di Bastian Contrario
ATTENTI AL VOTO
- 116** **Cocktail Competition** di Giulia Arseli
SFIDA A MERCATO SAN SEVERINO
- 138** **Book Corner** di Alessandro Palanca
BERE BENE AL TOP



ANNO IX | N. 5 | GENNAIO 2022

DIRETTORE RESPONSABILE

Melania Guida

(melaniaguida@bartales.it)

REDAZIONE

Fabio Bacchi

(fabiobacchi@bartales.it)

ART DIRECTOR

Cinzia Marotta

(grafica@bartales.it)

HANNO COLLABORATO

Giulia Arseli, Vittorio Brambilla, Bastian Contrario, Sara De Marco, Marco Gemelli, Alessandro Palanca, 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



Tonico per eccellenza **Pugliese** per tradizione

La combinazione sapiente di spezie inedite rafforza la nota amaricante e tonica,
esaltando le caratteristiche tipiche della Teriaca Pugliese.

FIUME



“Sentire Mediterraneo”

Una linea di liquori naturali di alta gamma, realizzati a mano, che trova massima espressione in cocktail d'autore o nei grandi classici senza tempo.

www.giardinidamore.com

STORIE DI GUSTO

Non era facile tener testa a Roberto il Guiscardo. Ci voleva una donna volitiva, energica, tosta. Carismatica come Sichelgaita, la virago longobarda che il condottiero normanno sposò in seconde nozze (verosimilmente a Melfi, nel 1058) dopo aver ripudiato la prima moglie per consanguineità. Gaita, la chiamavano comprensibilmente tutti così, era la figlia di Guaimario IV, principe di Salerno. Signora di una serie di possedimenti sparsi tra Calabria e Puglia, al fianco del marito nei momenti più significativi della storia di quel tempo, battaglie comprese, colta e di raffinata intelligenza politica, la principessa era una donna davvero speciale. Al punto da diventare uno dei personaggi più importanti della storia di Salerno. Il motivo? La sua passione per la medicina che la condusse a diventare una delle più esperte erboriste della Schola Medica Salernitana, il faro della medicina nell'Europa del Medioevo. A lei si deve la formula dell'elixir di lunga vita (a pag. 50) che avrebbe fatto la fortuna di quel piccolo borgo calabro che è Altomonte. Una storia esemplare, condita di tenacia e perseveranza, che attraversando i secoli è giunta fino a noi. Perfetta per dare grinta al nuovo anno. Così come quella del Mezcal (a pag. 62), il distillato di agave messicano risultato di un processo artigianale, laborioso e complesso, ben tutelato da protocolli rigidi e precisi. Storie antiche che nel racconto del tempo esaltano il sapore della modernità. Prendiamo Livorno, per esempio. Una lunga tradizione liquorista (a pag. 90) identifica la città col Ponce, la versione labronica del britannico Punch. È solo un capitolo della storia. Nella cittadina ligure emergono, oggi, la forza di un Bitter e la risolutezza di un Amaro. Sono anche loro testimoni di una sapienza antica rivisitati, però, in chiave moderna. Un capitolo nuovo. A ben vedere, la risposta giusta al gusto contemporaneo.



TEQUILA SOSTENIBILE

818 Tequila, il brand creato da Kendall Jenner, star della serie “Keeping Up with the Kardashians”, ha registrato vendite per 136.000 casse nei suoi primi sette mesi di attività. Praticamente circa 1,5 milioni di bottiglie, il numero che era stato previsto dopo due anni di attività. La gamma Tequila di Jenner, con espressioni blanco, reposado e añejo, è stata lanciata a maggio in California. A ottobre, 818 Tequila ha avviato una collaborazione con Sacred Agave, un’organizzazione no-profit che sostiene le comunità rurali messicane che producono distillati di agave. Attraverso la partnership in corso, le organizzazioni hanno creato il programma 818 Bricks, che trasforma le fibre di agave grezze post-produzione in mattoni che possono essere utilizzati per costruire strutture come le scuole nella comunità locale.



SUNTORY NO PROFIT

Attraverso il suo brand Maker’s Mark, Beam Suntory ha donato 1 milione di dollari per sostenere le organizzazioni umanitarie che forniscono aiuti alle persone colpite a dicembre da una serie di tornado in Kentucky. A questa donazione si aggiungono quelle personali di tutti i dipendenti statunitensi. Attraverso il programma aziendale Care Days, alcuni dipendenti si offrono volontari per la prima assistenza e la ricerca. L’azienda, inoltre, ha donato dei barili di Whiskey Maker’s Mark e Knob Creek a un’asta di beneficenza organizzata dalla Kentucky Distillers’ Association (KDA).

FLUÈRE&CHAMPIONSHIP

Il brand di distillati analcolici Fluère ha lanciato il cocktail “Nature’s Bounty” per celebrare il finale dell’Andretti United Extreme & Championship, evento mondiale di sport motoristico off road a propulsione elettrica che vuole sensibilizzare sui cambiamenti climatici, e del quale è sponsor. Il cocktail Nature’s Bounty comprende Fluère Spiced Cane, acqua di cocco, mela Granny Smith, pera, succo di lime, miele e sale. La livrea del veicolo Extreme E è stata scelta dal vincitore di una competizione indetta da Fluère per il campionato. Per la tappa artica del campionato, il marchio zero-ABV aveva lanciato Fluère Ice Flow a base di Fluère Original, acqua tonica e aceto di sidro di mele.



NUOVE ETICHETTE

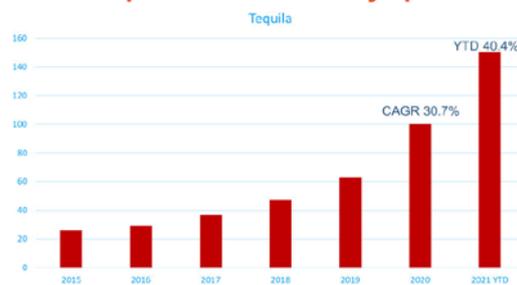
Dopo la collezione Limited Edition dell'anno scorso, Keglevich torna a collaborare con il collettivo milanese di street artist Orticanoodles per la realizzazione di 6 nuove etichette per la bottiglia Keglevich Dry in occasione di Natale e Capodanno 2021. Il progetto prevede la messa sul mercato di 100.000 bottiglie con 6 nuove etichette in grado di rendere ogni pezzo unico nel suo genere. L'iniziativa rientra nel più ampio progetto #SkipOrdinaryBeauty legato alla riqualificazione urbana della zona di Crescenzago che ha visto la realizzazione di 6 murales dipinti con volti di donne differenti, per storia ed etnia, all'insegna del colore e fascino femminile, iniziativa con cui il brand ha voluto celebrare la bellezza femminile universale, senza stereotipi o canoni estetici.



IN ALTO I FLUTE

Forte rimbalzo per le bollicine italiane. Il 50% in più rispetto a cinque anni fa. Con 316 milioni di bottiglie vendute nel 2021, siamo al 18,3% in più rispetto all'anno precedente. Lo conferma l'osservatorio di Ismea-Unione italiana vini, certificando lo slancio dei consumi di un segmento in forte ripresa. Analogo il bilancio per le importazioni: lo Champagne, nel 2021, ha registrato un aumento del cinquanta per cento di bottiglie in "entrata" flute.

Tequila: The new luxury spirit



LUXURY AT HOME

A ottobre 2021 è stato presentato il Luxury Brand Index (LBI), uno strumento che registra le vendite di brand di alcolici al prezzo di 50 o USD per bottiglia da 750 ml. L'indice analizza le vendite di sei categorie: Whiskey americano, Whiskey irlandese, Whisky giapponese, Single Malt scozzese, Tequila e Cognac. Rispetto al terzo trimestre 2020 le vendite di luxury spirit sono aumentate del 47% nello stesso periodo 2021. Il Tequila ha registrato la crescita maggiore seguito dal Whiskey americano e dal Cognac. Oltre alle tendenze premium degli ultimi anni, la pandemia ha costretto molti consumatori a cambiare il modo in cui acquistavano e gustavano i loro prodotti preferiti. Il risultato è stato un continuo spostamento verso prodotti di fascia alta e la sperimentazione con la creazione di cocktail a casa.



ORIGINE CONTROLLATA

Clement è un'icona di Martinica
Un'eccellenza per il Rum agricolo,
l'unico certificato

DI ALESSANDRO PALANCA



Martinica, forse la terra di origine del Rhum agricole, è la più grande isola delle Piccole Antille. La sua geografia disegnata da vulcani, foresta tropicale, spiagge bianche e nere, suoli calcarei, condensa su quest'isola i microclimi di tutti i Caraibi.

Per molti *Rum lover* Martinica rappresenta la terra di eccellenza del Rhum agricole, protetto da una *Appellation Origine Contrôlée*. Questo riconoscimento fu assegnato al Rhum agricole di Martinica

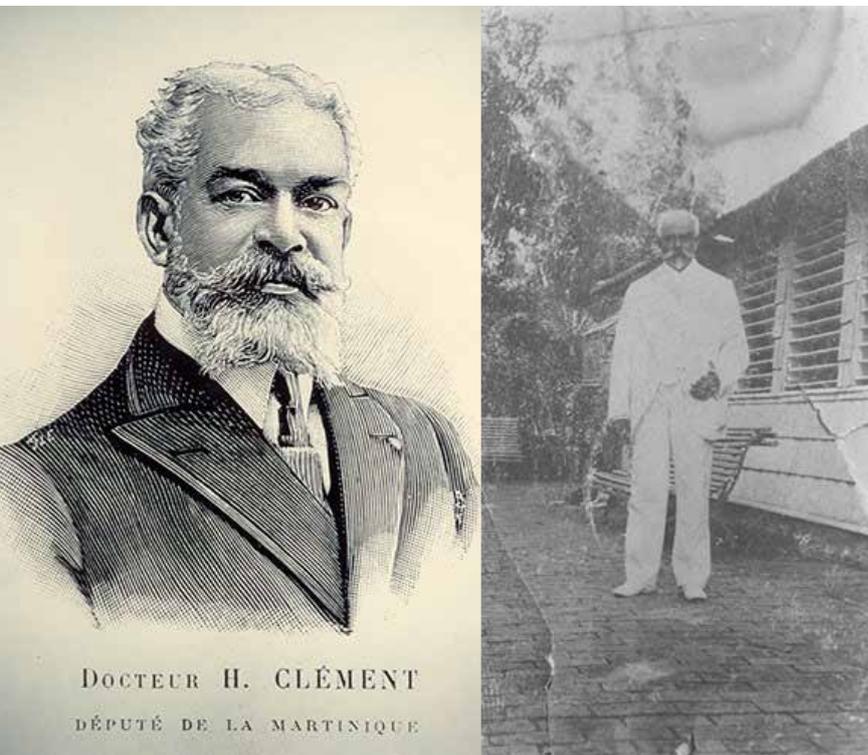
il 5 novembre del 1996, rendendolo di fatto il primo Rhum al mondo ad avere un suo disciplinare. Tra le varie specifiche l'A.O.C. disciplina la materia prima, la canna da zucchero, stabilendo quali varietà possono essere utilizzate, sono dodici, i territori e le relative densità di coltivazione.

Nella produzione l'A.O.C. determina le caratteristiche del *Vesou* stabilendone acidità e grado brix, fermentazione e tipologie di lieviti; della distillazione, che deve essere effettuata con colonna singola (colonna creola) e il grado alcolico in uscita dall'alambicco; l'invecchiamento.

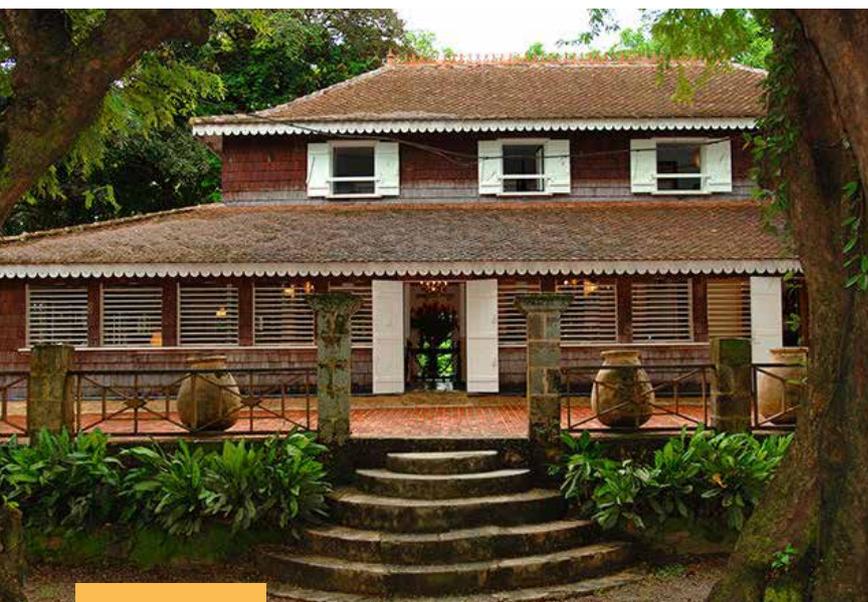
Dall'isola provengono alcuni dei brand storici e iconici del Rhum agricole, alcune sue distillerie affondano le radici al tempo della colonizzazione e ne fanno uno dei più grandi produttori delle Antille. Tuttavia la storia del Rhum a Martinica ha avuto in passato anche significative produzioni di Rum da melassa e le origini delle distillerie nascono dalle ceneri degli zuccherifici che un tempo costituivano la principale attività economica dell'isola.

La canna da zucchero a Martinica arrivò presumibilmente nel 1600. A fine 1700 si contavano sull'isola quasi 500 mulini da zucchero. JM, Simon, Dillon, Trois Rivières, La Favorite, Bally, HSE, Clément, Depaz, La Mauny, Neisson, Saint James, sono dei nomi cari ai grandi appassionati di Rhum agricole. Alcune di queste distillerie sono chiuse ma al proprio interno continuano blending e invecchiamento dei distillati prodotti altrove sull'isola.

Le distillerie ormai scomparse o inattive costituiscono una importante parte della storia del Rhum agricole e sono una tappa da non perdere per chi visita Martinica. I regolamenti coloniali francesi che limitavano le attività economiche del-



DOCTEUR H. CLÉMENT
DÉPUTÉ DE LA MARTINIQUE



LUOGHI

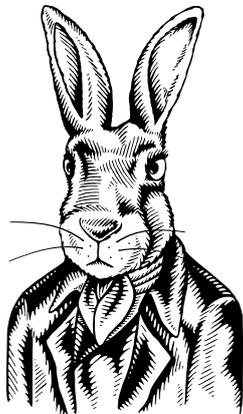
QUI SOPRA,
L'ABITAZIONE
DELLA
FAMIGLIA
CLÉMENT.
A DESTRA, LE
CANTINE.

le colonie con la madrepatria e l'estero favorirono il consumo in loco e il commercio illegale di melassa e Rhum verso l'America settentrionale. Tuttavia alla fine del 1800 Martinica era il primo esportatore mondiale. Un primato che sarebbe durato poco perché solo pochissimi anni dopo una catastrofe naturale distrusse molte distillerie dell'isola, le sue piantagioni di canna da zucchero, interi villaggi e decimò la popolazione. Causa di questa catastrofe fu l'eruzione del vulcano Pelée

l'8 marzo 1902. Tuttavia bastarono pochi anni per rimettere in sesto l'economia isolana.

La produzione di Rhum contribuì per la maggior parte a questa ripresa tanto da arrivare a coprire quasi il 90% delle esportazioni dell'isola già dopo 20 anni con più di 100 distillerie in attività, le più produttive spesso controllate direttamente dai grandi zuccherifici.

Una nuova crisi si ebbe con la contrazione dei mercati durante la seconda



400
CONIGLI





Ferrov 13

IL VINO CON PERSONALITÀ



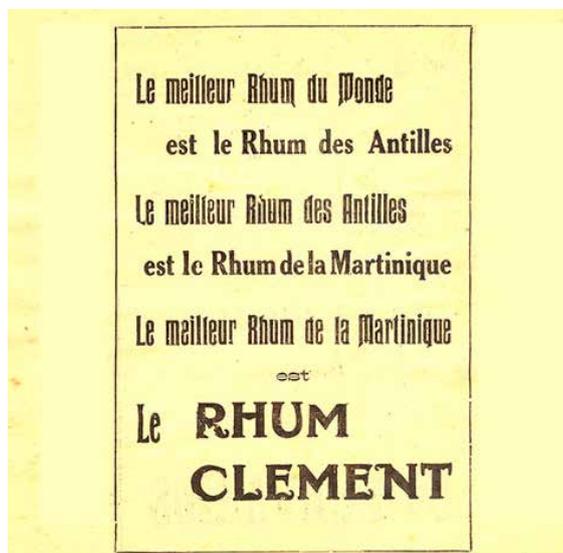
Distribuito da www.onestigroup.com

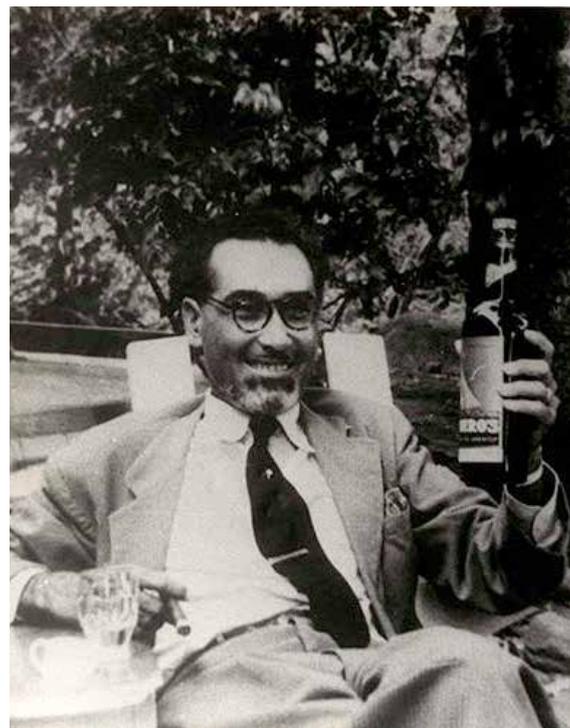
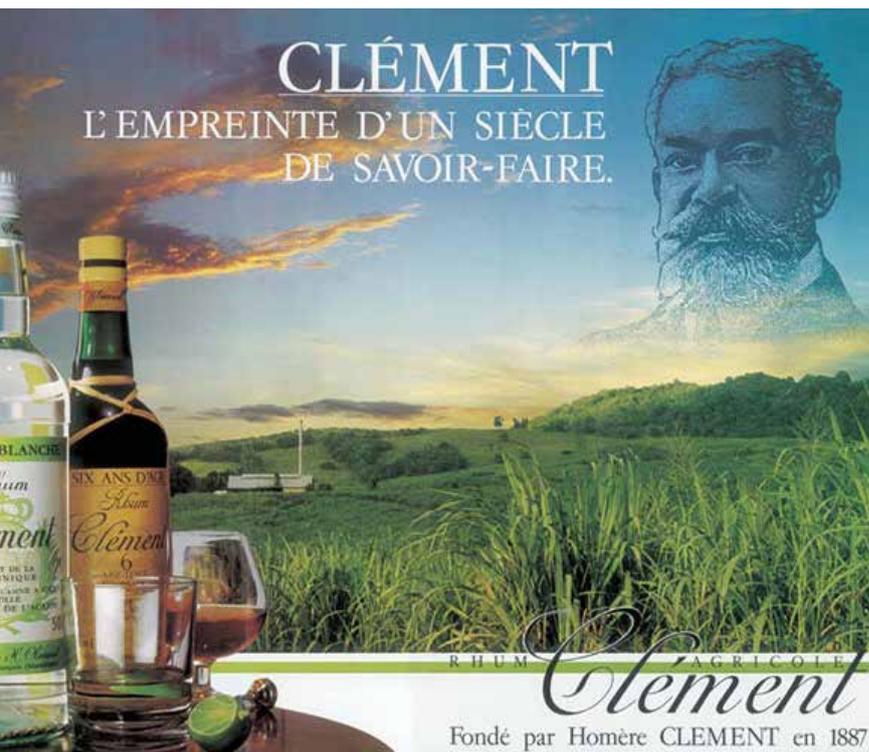


guerra mondiale e, se da un lato calava la produzione di Rhum industriale, dall'altra aumentava quella di Rhum agricolo.

Tra le icone di Martinica vi è certamente la distilleria Clément. Le origini di Clément risalgono alla proprietà Domaine de L'Acajou che nel 1770 comprendeva una grande piantagione di canna da zucchero.

Con la crisi dello zucchero, nel 1887 la proprietà di 43 ettari venne venduta dal Credito Coloniale a Homère Clément, medico e sindaco di Le François. La distilleria verrà fondata nel 1917 e Homère





— 878 —
 Art. 2. Le présent arrêté sera publié au Journal et au Bulletin officiel de la colonie, enregistré et communiqué partout où besoin sera.
 Fort-de-France, le 31 octobre 1917.
 CAMILLE GUY.
 (J. O. 27 octobre 1917, N° 44.)

N° 757. — Arrêté portant taxation de la farine de froment.
 (31 octobre 1917.)

LE GOUVERNEUR DE LA MARTINIQUE, COMMANDEUR DE LA LÉGIION D'HONNEUR,

Vu l'ordonnance organique du 9 février 1872-22 août 1873; Vu l'arrêté du 25 août 1917 nommant une Commission chargée de déterminer le prix des marchandises de première nécessité et l'avis émis par cette commission dans sa réunion du 30 octobre 1917;

Vu l'avis du Secrétaire général du gouvernement et du Procureur général, Chef du service judiciaire,
 ARRÊTE:

Art. 1^{er}. Le prix des farines de froment de toute provenance est taxé à 96 fr. 20 le cois de 80 kilos 1^{er} pour la période du 31 octobre au 7 novembre 1917 inclus.

Art. 2. Toute infraction aux dispositions qui précèdent sera réprimée conformément aux lois en vigueur.

Art. 3. Le Secrétaire général et le Procureur général sont chargés, chacun en ce qui le concerne, d'assurer l'exécution du présent arrêté qui sera publié au Journal et au Bulletin officiel de la colonie, enregistré et communiqué partout où besoin sera.
 Fort-de-France, le 31 octobre 1917.

CAMILLE GUY.
 (J. O. 27 octobre 1917, N° 44.)

N° 758. — Arrêté autorisant M. le Dr Clément à réédifier l'ancienne distillerie de la propriété Acajou, située au François.
 (31 octobre 1917.)

LE GOUVERNEUR DE LA MARTINIQUE, COMMANDEUR DE LA LÉGIION D'HONNEUR,

Vu l'ordonnance organique du 9 février 1872, modifiée par celle du 22 août 1873;

Vu l'arrêté du 2 août 1873 portant réglementation des établissements dangereux, incommodes et insalubres;

— 879 —
 Vu la demande formée par M. Clément, docteur en médecine, propriétaire, en vue d'obtenir l'autorisation de rétablir l'ancienne distillerie ayant existé sur sa propriété Acajou, au François;

Vu l'avis favorable du service des Travaux publics, en date du 31 août 1917;

Vu l'avis favorable de la délégation, choisie dans son sein, par le Conseil colonial d'hygiène, pour la visite des travaux de réinstallation de M. le Docteur Clément,

ARRÊTE:

Art. 1^{er}. M. le Dr Clément est autorisé à réédifier l'ancienne distillerie de la propriété « Acajou », située au François. Cette autorisation est accordée à condition que le propriétaire construise les toises nécessaires pour loger les eaux résiduaires.

Art. 2. Il ne pourra commencer l'installation de sa distillerie qu'après s'être conformé aux prescriptions, des articles 4, 5, 6 et 7 du décret du 17 mars 1888 concernant les droits sur les spiritueux et celles du décret du 20 août 1904 réglementant le régime des spiritueux à la Martinique.

Art. 3. Il sera tenu de se conformer à toutes les mesures d'ordre et de police d'ont l'exécution sera connue la nécessité et que l'Administration pourra prescrire ultérieurement dans l'intérêt de la santé publique.

Art. 4. Le Maire du François, le Directeur de l'Institut d'hygiène et le médecin biologiste sont chargés, chacun en ce qui le concerne, de l'exécution du présent arrêté, qui sera inséré au Journal et au Bulletin officiel de la colonie et publié partout où il en sera besoin.
 Fort-de-France, le 31 octobre 1917.

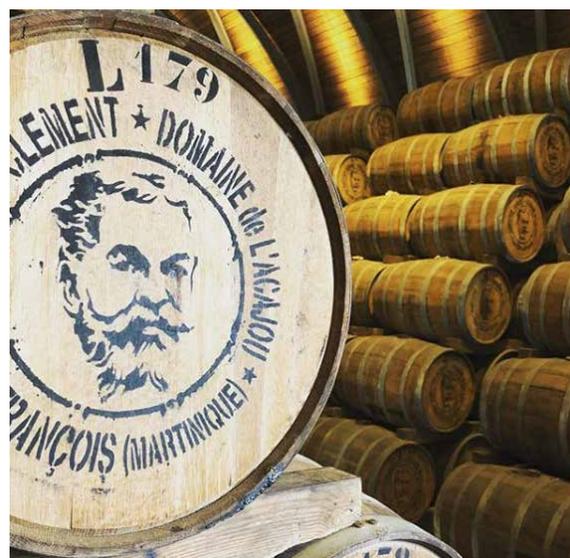
CAMILLE GUY.
 (J. O. 27 octobre 1917, N° 44.)

N° 759. — Arrêté promulguant à la Martinique la loi du 1^{er} octobre 1917 sur la répression de l'ivresse publique et sur la police des débits de boissons.
 (31 octobre 1917.)

LE GOUVERNEUR DE LA MARTINIQUE, COMMANDEUR DE LA LÉGIION D'HONNEUR,

Vu les articles 66 et 1^{er} de l'ordonnance organique du 9 février 1872-22 août 1873;

Vu la dépêche ministérielle du 2 mai 1906 concernant la promulgation des textes applicables aux colonies;



ne presso l'Istituto Luis Pasteur in Francia e perfezionò il metodo di produzione del Rhum di famiglia.

Inizialmente imbottigliato a marchio Acajou si devono a Charles i primi imbottigliamenti a marchio Clément (1940) e lo sviluppo di nuovi mercati fuori dai Caraibi. In seguito Charles Clément sarebbe divenuto Segretario del Sindacato dei Distillatori di Rhum Agricole e fu uno dei primi a promuovere l'A.O.C. Martinique.

CLÈMENT
 QUI SOPRA
 L'ATTO
 COSTITUTIVO
 DELLA
 DISTILLERIA.

Clément sarebbe stato uno dei precursori dello stile Agricole, uno stile contemporaneo di Rhum prodotto direttamente dal succo di canna da zucchero fresco invece che dalla melassa.

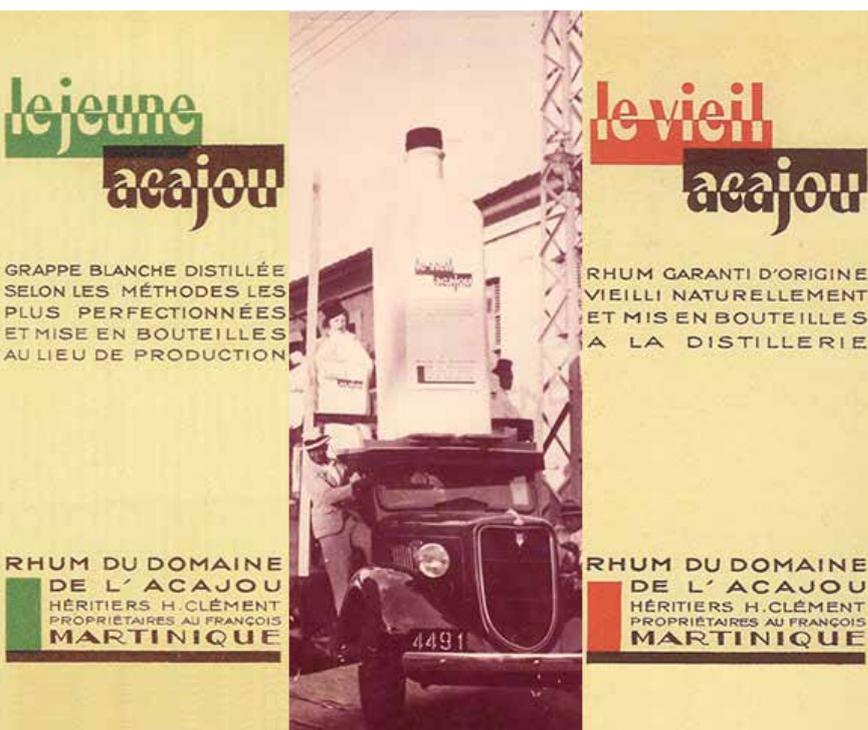
Dopo la morte di Homère Clément, il figlio, Charles prese le redini della distilleria. Charles studiò tecniche di distillazio-



Scopri il progetto.



Bevi responsabilmente.



CLÉMENT RHUM AGRICOLE SINGLE CASK – EXCLUSIVE FOR MEREGALLI SPIRITS

Zona produttiva: Domaine De l'Acajou

Materia prima: solo canne bleue

Distillazione: colonna creola

Invecchiamento: 5 anni in botti di rovere e finish minimo di un anno in botti di Sassicaia.

ABV: 44,4%

Vista: mogano

Olfatto: al naso offre intense note di frutta, confettura d'arancia, prugna secca e banana flambée. Una volta apertosi, il distillato offre invece note di cuoio, vaniglia, spezie e frutta secca, noci in particolare.

Palato: predominanza di note fruttate come uva bianca e datteri, sentori speziati di chiodi di garofano e cannella, arrotondati da caffè e vaniglia.

Finale: note calde e golose (moca, cioccolato, tarte tatin) invitano alla degustazione. Questo profilo aromatico si conferma con intensità e complessità evolutiva.



A Charles Clément succederanno i figli, Georges-Louis, responsabile della produzione, Jean-José e Marcel-André che si occuparono dello sviluppo del brand Clément nei Caraibi, Europa, Centro e Sud America e Nord America. George-Louis e Jean Josè gestirono la distilleria sino al 1986 per poi cederla ai fratelli Yves e Bernard Hayot dell'omonimo gruppo.

La famiglia Hayot continua a mantenere l'eredità, la cultura e la passione della famiglia Clément e del suo Rhum.

Nel 1996 Habitation Clément è stata

MEZCAL

LOS Siete Misterios

BEVI RESPONSABILMENTE



Imported and distributed by

PALLINI



+ ELISIR +
DELLE CRETE

Viniperato

PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

www.pellegrinisp.net

f Pellegrini Spa - @ [pellegrinisp1904](https://www.instagram.com/pellegrinisp1904)

BEVI RESPONSABILMENTE



rinnovata con investimenti in nuove cantine per l'invecchiamento del Rhum, con un visitor center che comprende una sala tasting per consentire ai visitatori di gustare il Rhum Clément.

Nel 2005 è stata fondata la Clément Foundation che negli anni ha raccolto documenti storici e opere d'arte per diffondere la cultura caraibica.

Oggi le piantagioni di canna da zucchero di Clément si estendono su oltre 100



ettari, nelle sue cantine riposano più di un milione di litri custoditi in botti ex Bourbon del Kentucky. Negli anni a venire Clément avrebbe rinnovato tutta la sua gamma e nel 2001 avviato la produzione del primo Rhum monovarietale di sola canne bleue.

Clément Rhum agricole single cask fa parte della Lion's choice, una selezione di rarità scovate e selezionate nei magazzini dei partner aziendali di Meregalli Spirits, un club super esclusivo di perle pregiate.

Nei viaggi in giro per le distillerie del mondo gli spirits specialist di Meregalli cercano e selezionano produzioni single cask, botti particolari, edizioni limitate, full proof e rarità da importare e distribuire ai migliori clienti.

Alessandro Palanca



B O R N O N T H E R O C K S



TONICA INDIAN DRY, TONICA ITALIAN TASTE,
GINGER BEER, GINGER ALE, BITTER LEMON E SODA



ALPEX

SUPREME TONIC WATER

by **TLOSE**

P U R E I N T H E T A S T E

NON SOLO SCOTCH

Una grande kermesse che si allarga anche ai Rum e ai Brown Spirit

DI FABIO BACCHI

La sedicesima edizione di “Milano Whisky Festival...Rum & Brown Spirit”, ampliata già nel nome, ha segnato il ritorno alla partecipazione in presenza per gli eventi dedicati ai distillati. Dopo l’edizione del 2020 che si è svolta online, l’evento creato da Andrea Giannone e Gervasio Dolci tenutosi dal 4 a 6 dicembre è stato il più grande di sempre.

Dalla sede storica dell’Hotel Marriott, quest’anno MWF è stato ospitato all’interno del polo fieristico di Fiera Milano Rho. L’evento si è tenuto in concomitanza con “Artigiano in Fiera”, la grande kermesse lombarda dedicata all’artigianato in generale. Questo connubio ha permesso un’affluenza di pubblico sicuramente maggiore e, in fondo, il Whisky è artigianalità. La scelta della nuova location ha permesso sicurezza e agibilità date le misure precauzionali dovute all’emergenza sanitaria e un’area food & beverage rivista e migliorata.

La tre giorni della kermesse milanese ha dunque riunito i più importanti distributori e le più rinomate distillerie di Whisky, Scotch, Irish, Bourbon, Whisky dall’Estremo Oriente, oltre a Rum e altri brown spirit come Cognac, Brandy e Armagnac. Numerosi gli ospiti internazionali che hanno animato un ricco calendario di

incontri, seminari e tasting.

L’evento è immaginato per tutti, esperti e persone che si avvicinano per la prima volta al mondo dei distillati, approfondimenti per i più esperti e iniziazione per i nuovi appassionati. Le venti masterclass hanno registrato la capienza massima di partecipazione, segno che gli appassionati attendevano questo evento per conoscere in modo approfondito le qualità dei nuovi distillati presenti sul mercato italiano. Non mancava uno spazio dedicato alla mixology.

Ammettiamolo: non vedevamo l’ora di tornare agli eventi in presenza, alle degustazioni dal vivo. Negli spazi espositivi dispiegati su una superficie di 3.000 mq è stato possibile degustare Whisky per tutte le tasche. Ogni espositore ha proposto tasting a partire da 3 euro, la maggior parte non superava i 5 euro, ma non sono mancati Whisky di lungo invecchiamento o di distillerie ormai silenziose.

Anche quest’anno i visitatori avevano a disposizione delle bottigliette della capacità di 2 cl che potevano essere riempite per una successiva degustazione casalinga e confronto tra vari distillati. In alternativa tutte le bottiglie presenti potevano essere acquistate.



Molte le novità. Pallini SpA era presente a MWF con Pasquale Damiano, Sales HoReCa Italia, che ha presentato i nuovi imbottigliamenti di Berry Bros per l'Italia, sia per la linea classic blend che per i single cask. Tra questi un **Ardmore vintage 2006**, un Caol Ila 2009 e un Orkney 2005. La distilleria Ardmore si trova nell'Aberdeenshire. Questa release è un 12 yo a gradazione piena (60,7°), non filtrato a freddo. L'aroma è un mix di terroso e affumicato, sabbia bagnata. Al palato è complesso: caffè, cioccolato fondente, orzo e fumo di torba con note marine.

Il **Caol Ila 2009** non tradisce le sue origini. Questo 10yo (56,9°) mostra il suo fiero e muscoloso carattere: torbato, terroso, floreale, il finale inconfondibile di Islay che affievolisce lentamente. **L'Orkney Islands**





2005 (61,4°) 16 yo sorprende per la nota fumosa che poi lascia spazio ad aromi più complessi come miele e sorbetto al limone. Al palato è fresco con un finale esplosivo di note fruttate.

Altra nota per Pallini è l'ufficializzazione della distribuzione in Italia di Daftmill. Questa distilleria era presente con **Daftmill 2008** (46°). Al naso è inizialmente timido ma poi un meraviglioso equilibrio di frutta fresca tropicale che ricorda il mango, con aromi persistenti, fichi secchi e tabacco. Al palato è speziato con note di scorza di limone che si sviluppano in qualcosa di più morbido con note di caramello. Il finale è eccezionale con le botti di sherry che regalano un aroma unico e ondate di pan di zenzero speziato, fresche e persistenti.

Il Whisky specialist Franco Gasparri era presente con il suo ultimo progetto, Whisky Art Collection, di cui vi abbiamo già parlato sul numero di novembre.

Ghilardi Selezioni ha presentato la gamma di Tullibardine della quale ha da poco acquisito la distribuzione. Di proprietà della famiglia Picard, Tullibardine è una delle poche distillerie rimaste ancora indipendenti. **225 Sauternes Cask Whisky** (43°) di Tullibardine è un importante Highland che dopo l'affinamento in botti ex-Bourbon finisce in botti ex-Sauternes da 225 lt. Il risultato è uno spirito morbido con un corpo aromatico di agrumi, vaniglia e malto. Al palato è cremoso, avvolgente, spiccano note di frutta tropicale, arancia. In scia il **228 Burgundy Cask Whisky** che ha un affinamento finale in botti ex-Pinot Noir della stessa cantina della famiglia Picard che produce vino in Borgogna.

A questa serie si affianca la linea classica costituita dal 15yo, dal 25 yo e dall'esclusivo **Custodian 1962**, un rarissimo spirito prodotto il 27 dicembre 1962.

Novità anche in Rinaldi 1957. Tra le tante presenti il trade advocacy manager Walter Gosso ha introdotto al pubblico Glencadam e Tomintul durante delle masterclass con la presenza dei brand ambassador aziendali. **Glencadam 15yo** single malt (46°) rilasciato nel 2008 rappresenta appieno lo stile della distilleria. Invecchiato in botti di rovere, non filtrato a freddo, Glencadam 15yo ha aroma dolce di vaniglia e frutta, caffè e erba appena tagliata. Al palato si presenta con corpo medio e in equilibrio con il naso, nel finale spezie e legno.



Amaro MANDRAGOLA



Delicious & Delirium

PRODOTTO E DISTRIBUITO DA COMPAGNIA DEI CARABBI - BEVI AMARO MANDRAGOLA RESPONSABILMENTE

LIQUORERIA
ESSENTIAE
DEL SALENTO



**Liquore di Mirto
del Salento**



Bevi responsabilmente @essentiaedelsalento

www.essentiaedelsalento.it

Tomintul Oloroso 12yo (40°) all'olfatto è ricco e invitante con aromi di noci pecan tostate, uvetta dolce e morbido fumo in evidenza. Al palato si presenta cremoso e lussuoso con strati di moka, toffee, noci, torta di frutta, bucce candite e burro. Il finale è lungo e setoso con note di cioccolato e sentori di chiodo di chiodi di garofano.

Grandi cose anche da Compagnia dei Caraibi. **Stolen X Rock & Rye Whiskey** (40°) è un Rye che nasce dalle grandi pianure dell'Ohio. Invecchiato per oltre due anni in botti di rovere americano con infusione di bucce fresche di arancia e miele biologico si esalta molto in miscelazione. Molto seguita la masterclass della linea Scotch Whisky di **House of Mc Callum** tenuta dal Master Blender Antony McCallum. Compagnia dei Caraibi è stata molto presente anche nel comparto Rum. Già uscito da qualche tempo, **Diplomatico Selección de Familia** (43°) è stato presentato per la prima volta durante una manifestazione di settore. **Selección de Familia** è un blend di Rum elaborati con miele di canna e melassa, distillati in alambicchi di rame Batch Kettle, un sistema di distillazione discontinua importato dal Canada, dove veniva usato per la produzione di Whisky. Questo Rum termina la sua elaborazione con un invecchiamento in botti ex Bourbon e Sherry.

Francesco Pirineo, spirit specialist di CdC ha tenuto una seguitissima masterclass sulla nuova linea di Rum Vintage Plantation. Tra queste la nuova referenza **Plantation Australia 2007** (49,3°), Rum australiano prodotto da Beenleigh Artisan Distillery che da oltre 150 anni produce distillati da canna da zucchero sul territorio australiano. Questo spirito invecchia per 13 anni in botti ex Bourbon nel clima tropicale, per poi affinarsi un anno in botti ex Cognac Ferrand nel clima continentale. Fruttato e piacevole.

Durante la masterclass i partecipanti hanno degustato anche i single cask Rum Jamaica 1999 Clarendon MMW, finito in botti ex-Arran Whisky e Trinidad 1997 con finish in botti ex Kilchoman. **Trinidad 1997 (45,2°)** esprime note torbate che si accompagnano a sentori di pepe nero, chiodo di garofano, albicocca secca, marzapane e scorza d'arancia. Secco e speziato è un bel ponte tra i Caraibi e la Scozia.





Jamaica 1999 Clarendon MMW (46°) si esprime con un multistrato di sapori, armonioso con un finale di lunga durata. Leggermente alcolico, delicatamente dolce con note speziate di estere e un pizzico di fumo.

La sorpresa di Compagnia dei Caribi è stata l'apertura dell'ultima bottiglia presente e disponibile (ormai non più!) attualmente in Italia di **Plantation Reunion 12 yo** con finish in botti ex-Rye Whiskey.

Questo Rum single cask presenta intense note balsamiche, leggera torbatura e accenni di sapidità. È invecchiato 12 anni, di cui gli ultimi due in botti ex Rye Whiskey. Anche Pellegrini ha accompagnato le sue pregiate referenze di Whisky con dei Rum.

Tra questi Rum Cihuatàn e Navy Island Rum. **Rum Cihuatàn Indigo** (40°) di El Salvador, è invecchiato con il metodo Solera. I barili utilizzati sono di quercia americana ex-Bourbon.

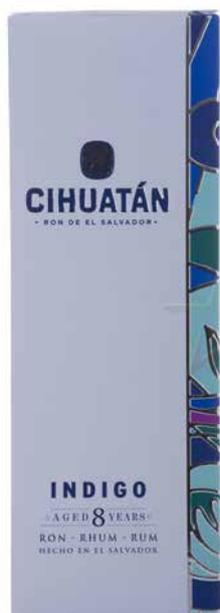
Indigo ha aromi di vaniglia dolce; dopo un riposo di qualche minuto nel bicchiere si sviluppano profumi di caramella mou, cappuccino, cioccolato amaro, nocciola e citronella.

Nel finale la vaniglia e le note minerali si mescolano ai tannini del legno tostato creando un insieme piacevole e complesso, che solitamente si ritrova solo nei rum più invecchiati.

Navy Island Jamaica Rum Navy Strength (57°) esprime profumi tipici di Rum pot still, intenso e aromatico. Sentori armoniosi di frutta matura, banana e accenni di vaniglia. Rum dal corpo pieno, profondo e ben bilanciato, con un finale molto persistente.

In conclusione Milano Whisky Festival...Rum & Brown Spirit 2021 è stato un evento ricco di novità e cambiamenti anche se lo "spirito" – per rimanere in tema – era lo stesso.

Fabio Bacchi



EMPORIA GIN

A BASE DI GINEPRO FENICIO, ERBE MEDITERRANEE
E ACQUA DEL MAR TIRRENO CALABRESE.



Bevi responsabilmente. CaffoStudio



Il mito dei fenici, popolo di abili condottieri e commercianti, rivive nel gusto delicato di un Gin pregiato, ottenuto distillando rare bacche di Ginepro Fenicio, infuse in finissimo alcole neutro ottenuto al 100% da grano. Una miscela segreta, in cui l'esperienza dei Mastri distillatori, si mescola all'acqua del Mar Tirreno e agli aromi delle principali botanicals tipiche del Mediterraneo e agli agrumi della Calabria, generando, attraverso un processo di doppia distillazione, un sapore unico e raro, dal retrogusto storico. Perfetto sia in forma pura che miscelato nei cocktail, EMPORIA GIN è la nuova essenza alcolica prodotta dalla Distilleria Caffo, creata per ammaliare i palati più raffinati ed esigenti.



emporiagin.it

Shaking perspectives



bevi responsabilmente



gamondi.it



GAMONDI
1890



Vito Catucci

Vito Catucci, pugliese di Gioia del Colle, Bari, è in attività dal 2012. Amante delle sfide gli piace mettersi in gioco in ogni aspetto della sua vita professionale. Solo chi è animato da quella forza propulsiva che è la passione per qualcosa che si ama, poteva decidere di dedicarsi al bartending subito dopo aver conseguito la Laurea in Giurisprudenza. Si avvicina al bar e agli spirits da collezionista di bottiglie di annata di distillati e liquori (Rum, Whisky, Cognac...) il passo verso il magico mondo della miscelazione è stata una naturale conseguenza. Il classico caso di un hobby che diventa lavoro prima e ricercata professione poi. Rapito, estasiato, Vito si è lasciato travolgere da tutto ciò che forma un valido bartender: studio, visite in distillerie, tecniche di esecuzione, cocktail competition, una formazione continua e mai cessata. Se qualcuno gli chiede il perché della sua scelta Vito risponderà "Mi ha reso felice!". Oggi Vito Catucci gestisce uno dei cocktail bar più alto vendenti del Sud Italia, un team formato da 30 persone che si dispiega sui tre livelli di Piano Susci italiano, nella sua città natale. Vito giudica il successo di questo cocktail bar, la scommessa, vinta, più grande della sua vita, prima che per il successo economico, per avere piantato il seme di una nuova filosofia di convivialità nella sua terra. "Piano", che significa prendersi il tempo giusto per assaporare la qualità della vita, un bicchiere alla volta.

AcquaMondi

INGREDIENTI

- 4 cl** Gamondi Vermouth di Torino Superiore Bianco
- 2 cl** Gamondi Bitter
- 1,5 cl** Sciroppo di erbe (menta, timo, basilico)
- 2 cl** Soluzione di acido citrico (6,5%)
Top di soda

- TECNICA** Build
- BICCHIERE** Collins
- GUARNIZIONE** Peel di limone e menta

NOTE

Rivisitazione in chiave territoriale di un classico Americano che si arricchisce di freschezza e acidità. Lo sciroppo di erbe locali dona una texture setosa e voluttuosa, appetitosa, che pervade tutto il palato invitando a nuova bevuta. Un drink equilibrato e da consigliare anche durante i pasti.





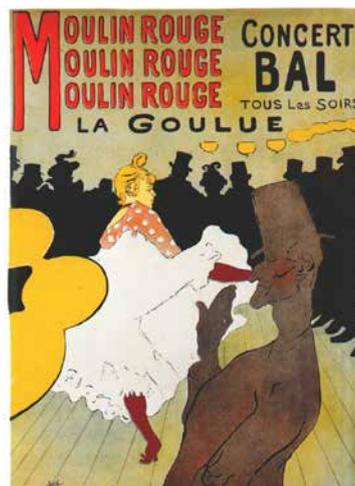
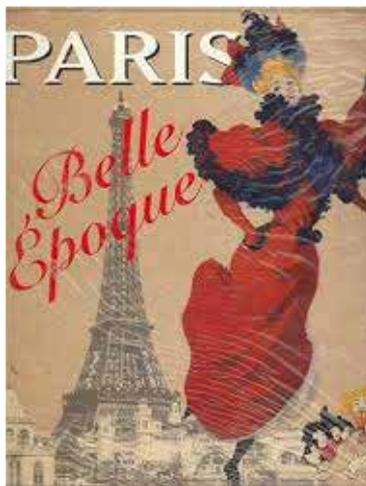
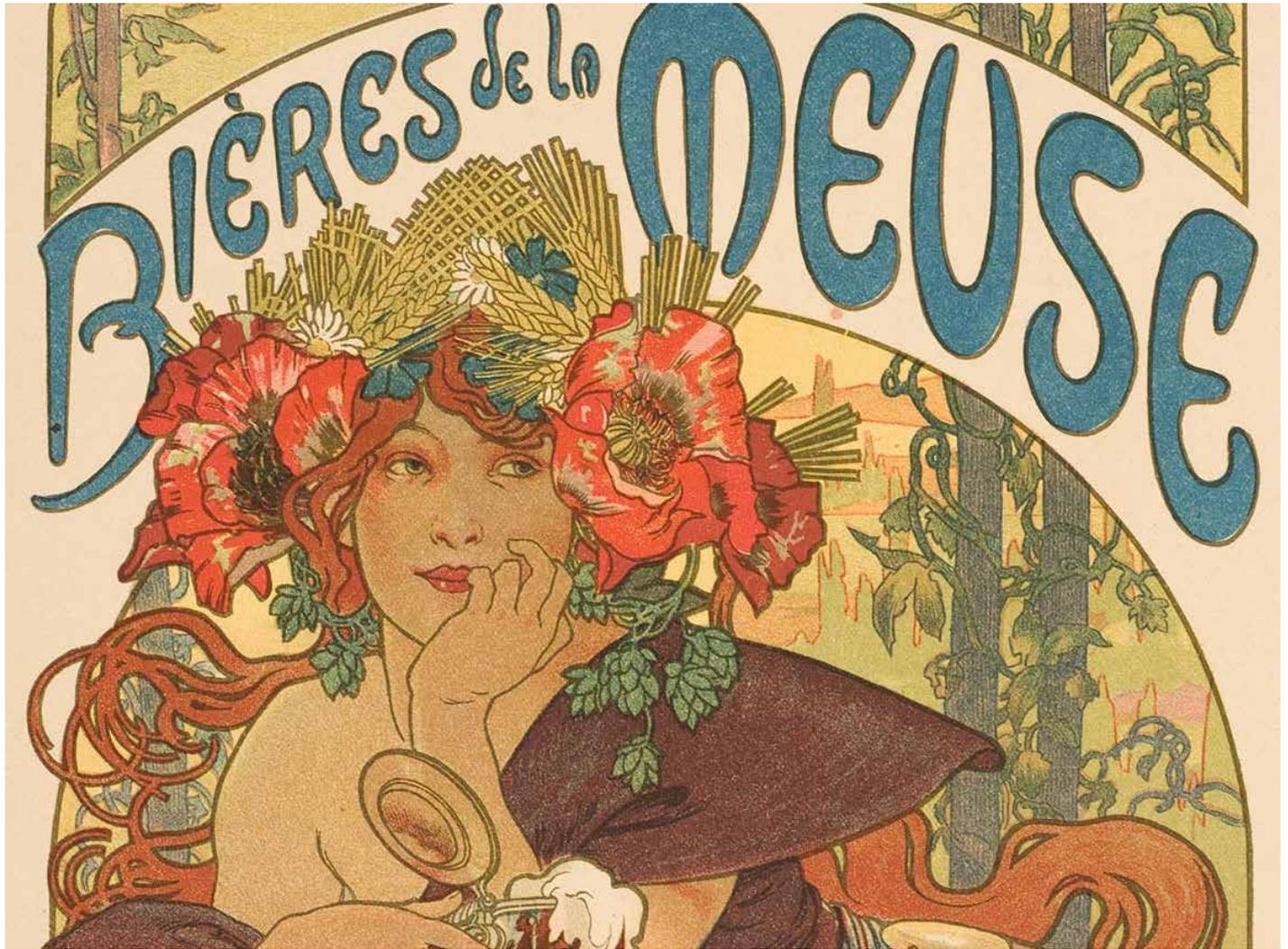
IL BELLO DELL'ETICHETTA (2)

L'Art Nouveau e la “rivoluzione” della bottiglia Campari e l'incontro con Depero

DI SARA DE MARCO

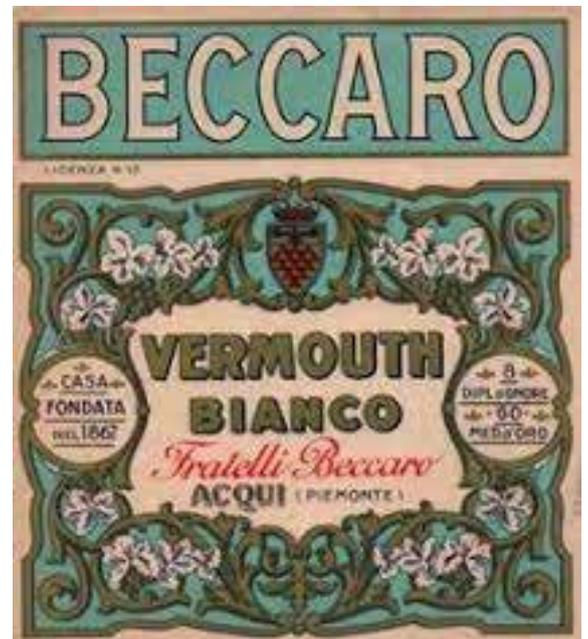
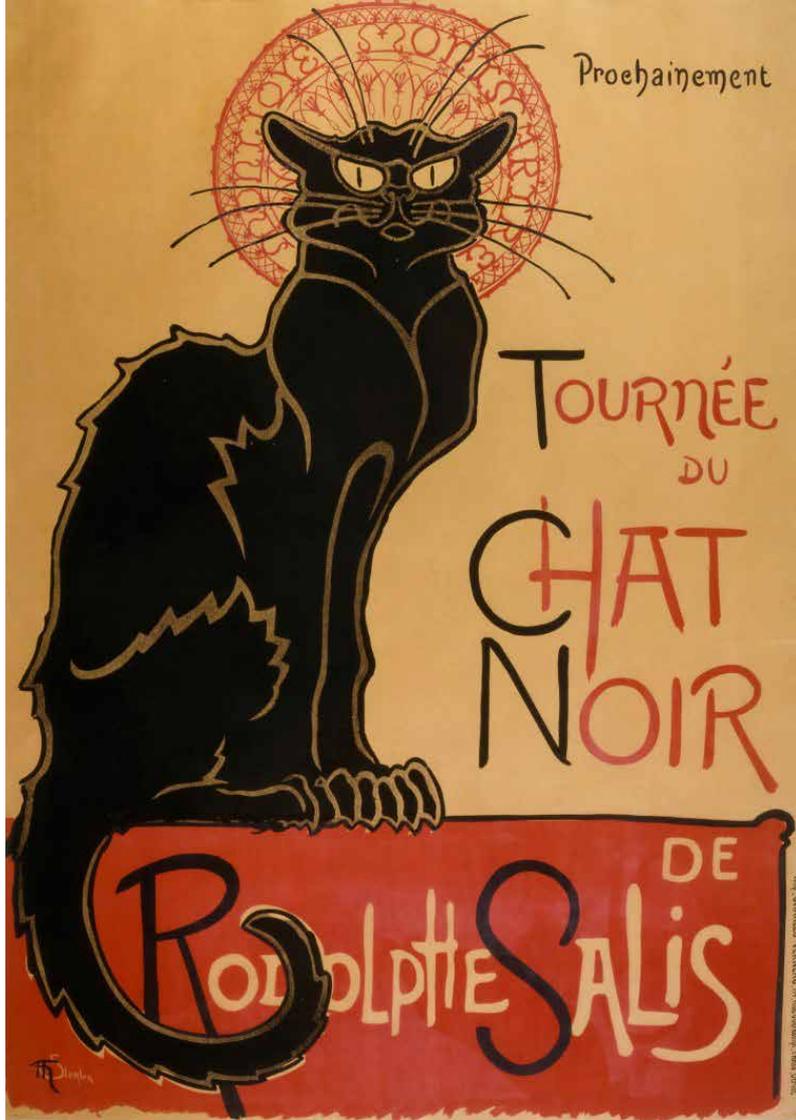
I XX secolo ha visto importanti innovazioni tecnologiche che hanno fatto nascere la comunicazione visiva come la intendiamo oggi. Le etichette dei prodotti alcolici, per esempio, si impresiosirono grazie alla stampa a caldo sviluppatasi nel 1892, un processo che consentì di riprodurre brillantezza ed effetti metallici, anche in rilievo, che non

perdono mai la loro lucentezza. Una tecnica nuova ed efficace che permise la realizzazione di dettagli ricercati con l'impiego di una matrice e un *foil* su qualsiasi tipo di superficie. Oltre alla tecnica, tra la fine dell'Ottocento e l'inizio del Novecento nacquero e si svilupparono diversi movimenti artistico-culturali che contribuirono al cambiamento delle società civili.



Nei primi decenni del Novecento Parigi diventò un importante punto di riferimento per artisti e studiosi, erano gli anni della Belle Époque. Durante questo periodo nacquero nuove forme di intrattenimento,

il cabaret, il can-can, il cinema, la città venne tappezzata da locandine e manifesti pubblicitari. Erano anche gli anni dello Champagne. Un prodotto che ancora oggi viene considerato emblema di eleganza.



Un modo completamente nuovo di bere, di intrattenersi. Una “rivoluzione” che doveva essere rappresentata anche dalla bottiglia.

Fu così che la Maison Perrier-Jouët, nata nel 1811 dall'unione sentimentale tra Adélaïde Jouët e Pierre-Nicolas Perrier, nel 1902 decise di commissionare a Émile Gallé la progettazione di un nuovo design per le bottiglie. Gallé, abile vetraio



DOPPIO INVECCHIAMENTO IN BOTTE

Un gusto sublime
e delicato



BEVI RESPONSABILMENTE

Ron
ABUELO
PANAMA

ISPIRA GENERAZIONI DAL 1908

Distribuito da www.onestigroup.com

VIAJE *hacia el* ALMA DE CUBA



*La Cuna
del Ron Ligero*

*Donde mar, tierra y cielo
se encuentran*

RAPPRESENTATO DA



RINALDI 1957

BEBE RESPONSABEMENTE

DRINKIQ.com



e decoratore francese, lavorò il vetro di quattro bottiglie formato Magnum decorandole con anemoni giapponesi bianchi, senza però considerare che i prezzi per la produzione in serie per oggetti così elaborati erano ancora troppo elevati. Infatti le iconiche bottiglie restarono nella cantina della Maison fino al 1964, per poi essere riscoperte dal maestro cantiniere



CHAMPAGNE
SOPRA, LA
MAISON
PERRIER JOUËT.
A SINISTRA LA
BOTTIGLIA
DEDICATA ALLA
BELLE ÉPOQUE.

André Baveret, che decise di proporle sul mercato con una collezione di 500 bottiglie Cuvée. Simbolo di bellezza, natura e armoniosità vennero successivamente fabbricate in serie ed etichettate come Belle Époque Cuvée, in memoria del periodo che le ha ispirate.

Circa venti anni dopo, la Maison Perrier-Jouët, spinta dall'amore per l'arte e l'esigenza di poterla condividere, decise di aprire una galleria d'arte, un luogo unico dedicato all'Art Nouveau, con più di 200 pezzi tra mobili, oggetti per la tavola e in vetro, lampade e sculture di maestri come Toulouse-Lautrec, Gallé, Majorelle, Lalique e Guimard.

L'Art Nouveau, conosciuta anche come stile floreale o liberty, comprende diverse correnti socio-culturali presenti in Europa all'inizio del XX secolo. Questo movimento culturale è stato un vero passo avanti verso le prime forme di marketing e design. Basta pensare che prima di allora gli oggetti venivano prodotti in serie senza alcun tipo di cura per la forma e lo stile che gli venivano conferiti. L'importante era produrre per soddisfare la domanda. Ormai annoiati da questo anonimato, gli



Delamain

COGNAC

BELLEVIGNE, COGNAC



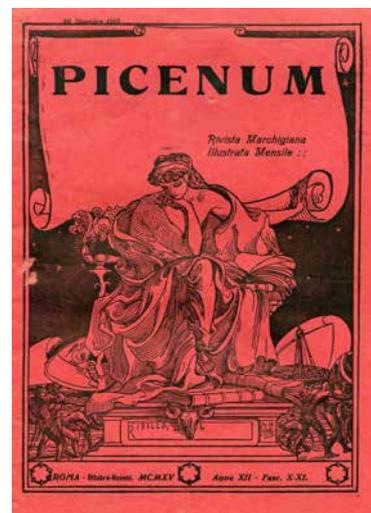
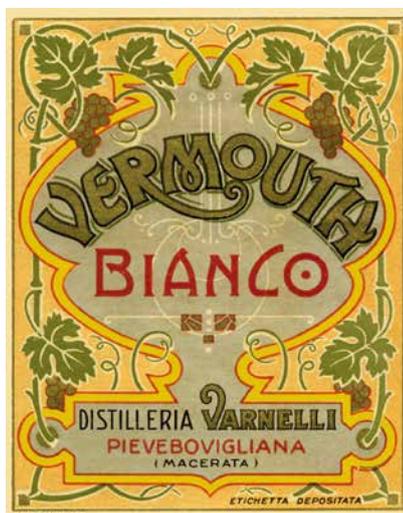
BEVI RESPONSABILMENTE | DISTRIBUITO DA SAGNA S.P.A. DAL 1928 - WWW.SAGNA.IT



VARNELLI
 ALCUNE
 ETICHETTE E
 PUBBLICITÀ
 DELLA
 DISTILLERIA.
 IN BASSO LA
 COPERTINA DI
 UNA RIVISTA
 D'EPOCA
 (COURTESY
 ARCHIVIO
 VARNELLI).

artisti iniziarono ad abbellire palazzi, case, sedie, tavoli, bicchieri ecc. per renderli unici. Tra gli artisti di quel periodo Gustav Klimt, Aubrey Beardsley, Antoni Gaudí e Adolfo De Carolis.

Adolfo De Carolis era un abile xilografo, fotografo e illustratore, protagonista della scena italiana, realizzò opere per personaggi come Giovanni Pascoli e Gabriele D'Annunzio. Collaborò con diversi giornali e riviste per contenuti pubblicitari, manifesti, locandine ed etichette,





VARNELLI
 ATTESTATI E
 BOTTIGLIE
 DELLA
 DISTEILLERIA
 (COURTESY
 ARCHIVIO
 VARNELLI).



tra cui quelle realizzate per la Distilleria Varnelli. Questa collaborazione nacque grazie all'amore per l'arte di Antonio Varnelli che chiese all'artista la realizzazione dell'etichetta dell'Amaro Sibilla.

Nato nel 1868, a base di genziana ed erbe officinali dei monti Sibillini, questo amaro vantava proprietà terapeutiche. Nella realizzazione dell'etichetta, De Carolis, ispirato dalle leggende dei monti Sibillini, mantiene una coerenza rappresen-

tativa tra fantasia e autenticità del prodotto. Lo stile utilizzato, come in molte sue opere, è il giusto connubio tra gli stili del passato e le nuove forme utilizzate per suscitare curiosità e interesse, ma soprattutto per abbandonare sentimenti di angoscia. I dettagli in oro, gli stemmi e le monete impreziosiscono l'etichetta. Il colore blu e le sue sfumature, sono utilizzati per trasmettere fiducia, tranquillità e armonia nell'osservatore, sono un segno



Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



Vermouth di Torino Classico

L'APERITIVO DI TORINO. DA SEMPRE.

ANTICA RICETTA TRADIZIONALE PIEMONTESE. ERBE ALPINE E SPEZIE PREGIATE.

delprofessore.it



Vermouth & Spirits
DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



BEVI RESPONSABILMENTE

Del Professore Gin

*Realizzati artigianalmente in Italia,
con i migliori ingredienti naturali e nel rispetto di esclusive ricette segrete.*

delprofessore.it

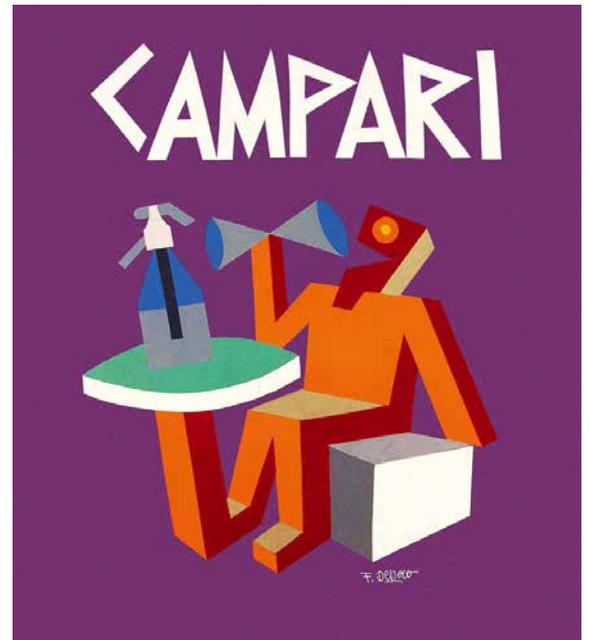
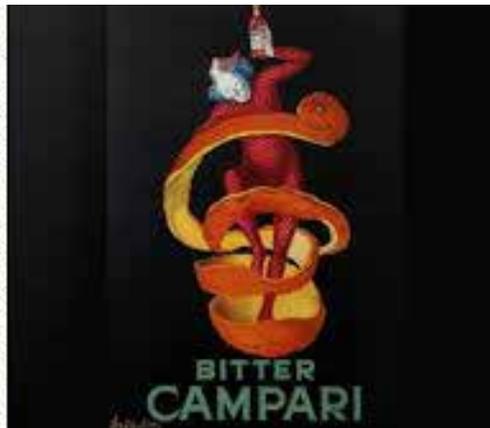
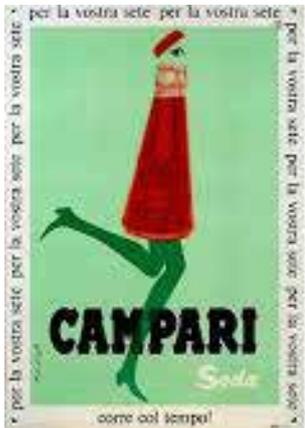
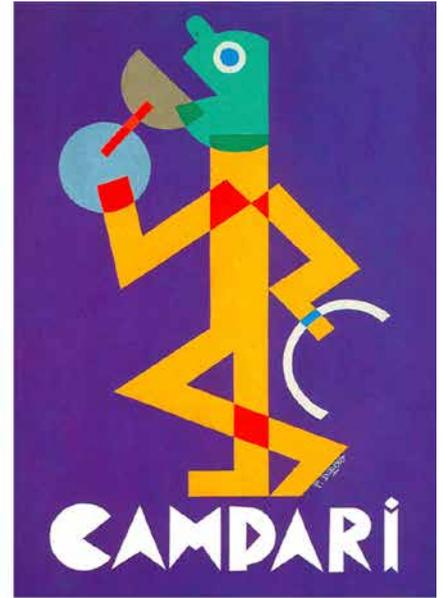
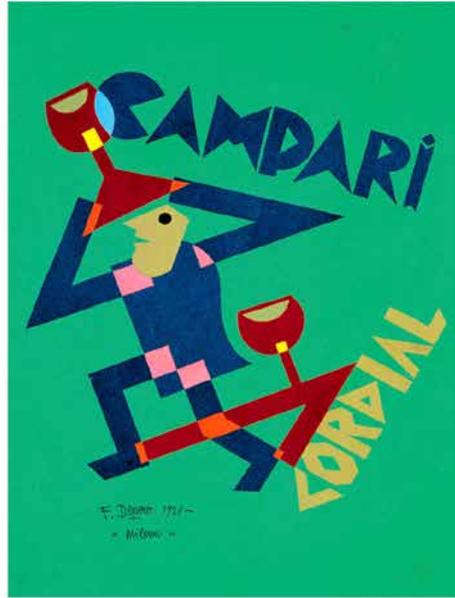
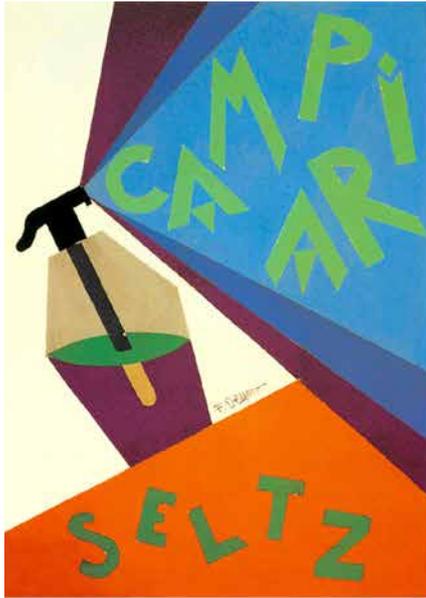


distintivo. L'uso della figura della Sibilla richiama alla mente fiducia e saggezza, evoca i concetti di purezza e misticismo.

L'immagine della Distilleria Varnelli è fortemente legata all'arte e allo stile Liberty, presente anche nelle etichette di altri prodotti come l'Amaro Tonic, lo Champagnino e il Punch alla Fiamma. L'impronta fortemente artistica ha contribuito a differenziare i prodotti Varnelli

non solo per le qualità organolettiche ma anche per l'unicità del visual.

Dopo Antonio Varnelli, fu Girolamo Varnelli tra gli anni '40 e '70 a mantenere un impegno nel mondo dell'arte. Laureato in economia e commercio, era convinto dell'importanza della comunicazione tanto che la sua tesi di laurea discuteva di come la pubblicità fosse un valido strumento per smuovere l'opinione pubblica.



Infatti, l'azienda continuò a collaborare con artisti come Lazzaro Lazzarini, marchigiano, già bozzettista per l'Istituto Poligrafico dello Stato, nella realizzazione

di grafiche per la comunicazione visiva, come il manifesto degli anni '50 intitolato "La Pupazza" che promuoveva il Mistrà Varnelli. Lazzaro Lazzarini fu anche l'autore dell'etichetta dell'Amaro dell'Erborista nel 1976.

Il '900, però, non è solo fiori e morbidezza ma anche definizione e avanguardia. Come nel caso di Campari. L'identità del brand venne definita intorno al 1930 quando iniziò la collaborazione con l'artista Fortunato Depero. Sotto l'influenza



DORA
- TORINO -
GROSSA

BEVI RESPONSABILMENTE

ROSOLIO DI TORINO

Era dal 1897 che non si parlava di lui.

*Da una storica ricetta a base di agrumi, cannella, chiodi di garofano ed altri selezionati ingredienti naturali.
Come da tradizione.*

www.doragrossa.com



La nuova Serrallès Collection

STA PER ARRIVARE IN ITALIA

THE TATLER

The GENUINE GIN COCKTAIL
— made with
GORDON'S
 PRE WAR STRENGTH
GIN...

There are also the other recipes of Gordon's Genuine Cocktails to choose from:—

PICCADILLY MARTINI
 DRY-MARTINI
 MANHATTAN
 BRONX
 PERFECT FIFTY-FIFTY

10/6
 per bottle
 (U.K. only)

GENUINE COCKTAILS -
NOT CHEAP WINE CONCOCTIONS
 MADE AS COCKTAILS SHOULD BE MADE ACCORDING TO THE CORRECT RECIPES

TANQUERAY, GORDON & CO. LTD., LONDON GIN DISTILLERS, LONDON

Dry Martini · Bronx Martini · Fifty - Fifty Piccadilly · Perfect Gimlet.

GENUINE
Gin
 Cocktails...
THERE'S NO COMPARISON!

Avoid dissatisfaction. Insist on Gordon's Shaker Cocktails made by experts with Gordon's Dry Gin and the finest ingredients perfectly balanced as a real cocktail should be. Be a good host and give your friends the best.

Gordon's
Genuine GIN COCKTAILS
 READY TO SERVE FROM THE SHAKER BOTTLE

Bottle 21/-; ½ Bottle 11/3d.; Miniature 2/5d. U.K. ONLY

TO MAKE SURE YOU HAVE GORDON'S IN YOUR GLASS...

simply ask for Gordon's by name

Next to Dogs I like GORDON'S best!

dell'Art Déco e il Futurismo italiano, Depero realizzò manifesti, locandine, bicchieri, vassoi e tanto altro che caratterizzarono lo stile Campari, tra cui la progettazione del lettering utilizzato per il logo, che diventò un segno distintivo.

Le composizioni realizzate da Depero erano alquanto inusuali per quel periodo storico: linee ben definite, precise e con un forte impatto cromatico che attirarono subito l'attenzione dei consumatori. Colori forti e decisi come il giallo, il blu, il ver-

de, l'arancione e il viola che colpiscono l'immaginazione e favoriscono sensazioni positive. Depero, infatti, era un visionario e identificava l'arte come un mezzo di comunicazione visiva utile ai fini rappresentativi. Anche la forma della bottiglia del



Campari Soda, ispirata alla sagoma rovesciata di un bicchiere, è un'opera d'arte progettata da Depero, che si conferma un precursore del marketing e del branding come li conosciamo oggi.

Ma non conta solo l'aspetto esteriore, è fondamentale che gli oggetti siano funzionali. La forma deve essere adatta allo scopo. A quell'epoca, la miscelazione era un mondo nuovo. Un campo del lavoro moderno che utilizzava tecniche ancora da esplorare. Spesso i consumatori erano totalmente ignari di come venissero preparati i cocktail e, nell'intento di sormontare questo divario e instaurare un legame di complicità, nel 1924 la casa produttrice Gordon's decise di disegnare la prima bottiglia pre-mix, *ready to serve*. Con questa bottiglia chiunque poteva sentirsi un bartender e organizzare cocktail party.

L'elegante forma, che ricorda quella di uno shaker, associata al cuore stampato sull'etichetta, inducevano i clienti a sentirsi sicuri nella loro scelta, un prodotto studiato per garantire la presenza del brand anche nelle case. Anche le pub-



blicità di Gordon's degli anni '60 lanciavano messaggi chiari e precisi come la locandina "The Man" che raffigurava "un uomo che sa quello che vuole". Niente dubbi o incertezze per la clientela, solo consolidate verità...

Gli anni Duemila segneranno una svolta ancora più incisiva con la nascita della comunicazione "social". Ma di questo parleremo nel prossimo articolo.

Sara De Marco
(2 - continua)



CORAGGIO OLANDESE SPIRITO INDONESIANO

ELETTO MIGLIOR GIN OLANDESE



Bevi Bobby's Gin responsabilmente

ONESTIGROUP
THE DISTRICT OF BEVERAGE

DISTRIBUITO DA
ONESTIGROUP.COM

@ONESTIGROUP

L'ELISIR DI SICHELGAITA

Segreta e millenaria,
l'antica formula
è alla base dell'Amaro Eroico,
il liquore di Altomonte

DI ALESSANDRO PALANCA



La storia del progetto Essentia Mediterranea è intrecciata con quella di Altomonte, paesino calabrese incastonato nel cuore dell'antica Magna Grecia, dove nei primi anni dell'XI secolo arrivarono dei piccoli gruppi di monaci ed eremiti provenienti dalla Sicilia e dall'Oriente, in fuga dalle persecuzioni iconoclaste e dalle incursioni barbariche

e saracene. Inizia così, nell'anno 1021, la tradizione alchimistica del piccolo borgo.

Altomonte deve il suo sviluppo a Roberto d'Altavilla detto il Guiscardo e a sua moglie, la principessa Sichelgaita. Durante la campagna per la conquista della Calabria, iniziata intorno al 1050, il condottiero normanno fece erigere una torre normanna e l'adiacente Chiesa di



STORIA

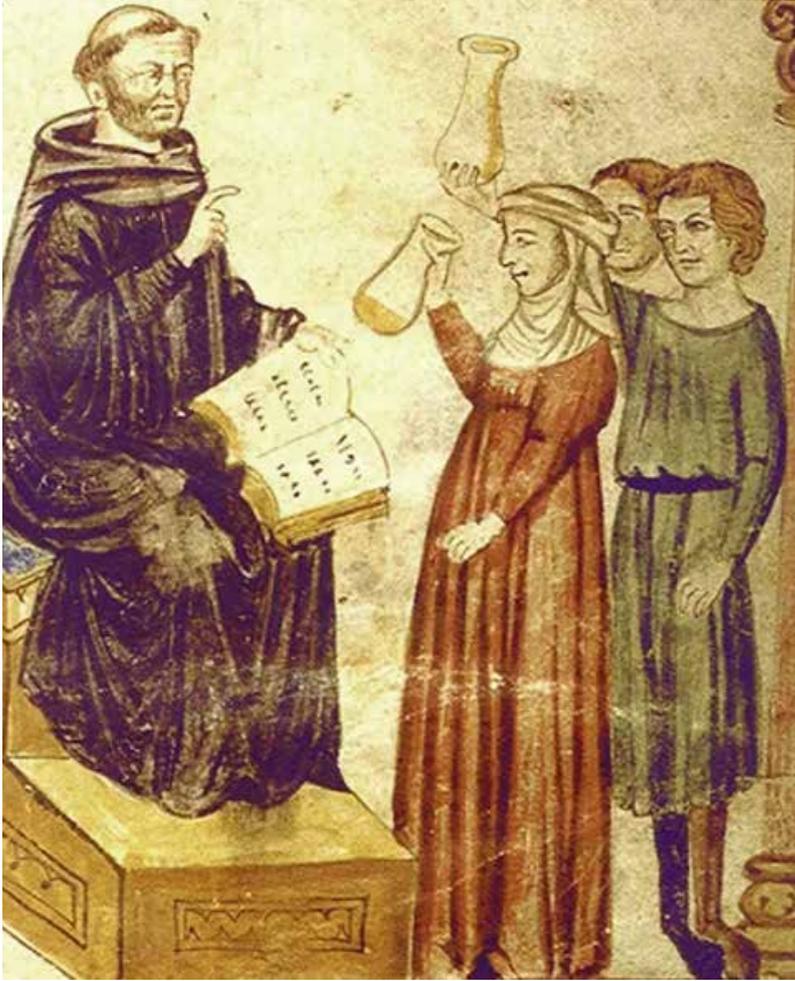
A SINISTRA
UNA VEDUTA DI
ALTOMONTE
(PHOTO CREDIT
FRANCESCO
PACIENZA).
IN APERTURA,
ROBERTO
D'ALTAVILLA
DETTO IL
GUISCARDO E
SUA MOGLIE,
LA
PRINCIPESSA
SICHELGAITA.

Santa Maria dei Franchi, fondando di fatto quello che oggi è considerato uno dei borghi più belli d'Italia.

Sichelgaita di Salerno, moglie del Guiscardo, oltre che principessa guerriera era anche una delle *mulieres salernitanae*, esperta erborista della prestigiosa Schola Medica Salernitana, principale istituzione medica d'Europa nel Medioevo. Fu proprio grazie agli esperti botanici ed alchimisti della scuola che, dopo aver migliorato i processi e le tecniche di distillazione appresi dai maestri orientali,

nacquero i primi proto-Gin grazie all'aggiunta delle "botanicals".

Sichelgaita, sempre a fianco del Guiscardo nelle campagne militari, soleva preparare un elixir di lunga vita che veniva somministrato all'esercito normanno prima di scendere in battaglia. La leggenda narra che una notte, durante la campagna di Calabria, poco dopo le sue nozze con il Guiscardo, un piccolo gruppo di monaci, ospitati nella chiesa di Santa Maria dei Franchi, aiutò la principessa a preparare il suo elixir di lunga



permanente presso la Chiesa di Santa Maria dei Franchi, dando loro in dono la ricetta segreta del suo elixir, un infuso a base di erbe mediterranee unite a scorze di cedro, limone e arance amare.

Nessuno avrebbe mai immaginato che quel gruppo di monaci, guidati da Frà Delfino, avrebbe sviluppato, a distanza di pochi anni, il primo insediamento benedettino in Altomonte, dando vita alla lunga tradizione monastica e alchimistica di quel piccolo borgo. Sperimentando la produzione di tonici a scopo medicamentoso, sempre in ricordo di Sichelgaita, nel corso dei secoli, i monaci continuarono a tramandare e sviluppare la ricetta del suo elixir.

Mutata la farmacopea monastica, la tradizione restò nell'arte liquoristica e nel 1879 ad Altomonte la famiglia Jacobini fondò l'azienda che diventò non solo una Reale fabbrica di Liquori, ma anche la più grande realtà del regno borbonico, producendo diverse specialità pluripremiate internazionalmente come Vermouth, Xeres e diversi elixir e rosoli



vita per ritemperare le truppe prima della battaglia. Sichelgaita, in segno di riconoscenza, invitò quel piccolo gruppo di monaci benedettini a stabilirsi in maniera

Rum Malecon

THE RISING INTENSITY

FEEL YOURSELF
CHOOSE YOUR WAY



Producto original de Panamá.

BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

 @rummalecon



150 VARNELLI

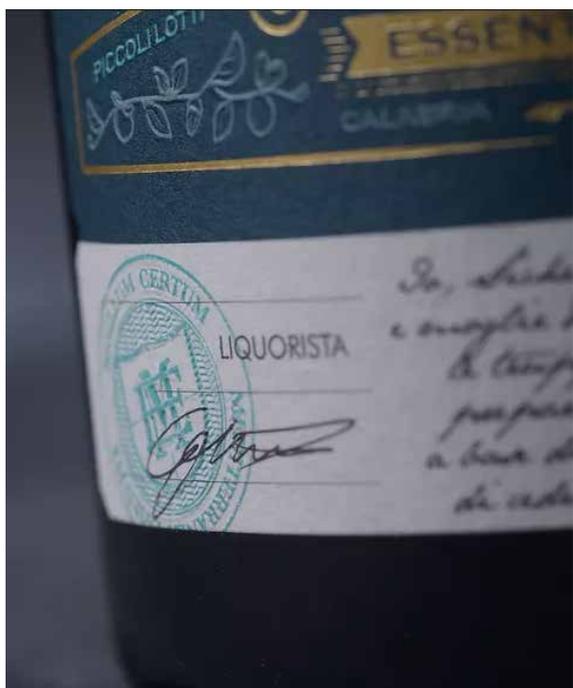
1868-2018

SHALL
WE MIX?



www.varnelli.it

BEVI RESPONSABILMENTE



a base di erbe e agrumi locali.

È proprio all'interno di questa storica azienda che inizia l'avventura di Carlo Moliterno, capostipite della famiglia e fondatore dell'azienda omonima. Nel 1938, dopo la chiusura dell'azienda Giacobini, Carlo Moliterno realizza il suo so-



BOTANICHE

QUI SOPRA, ALBERI DI AGRUMI. IN ALTO A SINISTRA, CARLO MOLITERNO. IN BASSO L'ETICHETTA DELL'AMARO EROICO.

gno avviando la sua azienda di liquori e bevande gassate a base di soli prodotti del territorio. Oggi, Vittorio Gargaglione, uno degli eredi della famiglia Moliterno, si colloca in questo lungo percorso caratterizzato da una tradizione centenaria tramandata di padre in figlio.

Queste sono le fondamenta di Essentia Mediterranea, un nuovo progetto che si affianca alle attività di famiglia con l'obiettivo di valorizzare e promuovere il territorio e le meraviglie del Mediterraneo, palcoscenico d'eccezione di questa eroica storia.

Partendo dall'elaborazione dell'antica e segreta ricetta di Sichelgaita, sviluppata dai monaci nel corso degli anni, è



nato Amaro Eroico, un viaggio dei sensi attraverso il tempo, la storia di una tradizione centenaria, originale e autentica celebrazione dell'essenza mediterranea.

Nella migliore tradizione liquoristica

mediterranea, Amaro Eroico (28°) vanta un delicato equilibrio tra la sua componente amaricante (arancia amara, genziana e china) e la nota balsamica derivata dalla lenta infusione del rosmarino, dell'origano e del ginepro di cui è ricco l'entroterra montano della regione. Gli agrumi (bergamotto di Calabria, mandarino di Calabria, arancia rossa di Sicilia IGP e limone di Sorrento IGP) costituiscono l'indispensabile nota di alleggerimento, completata dall'aggiunta della mandorla e dalla tipica liquirizia calabrese.

Le 22 botaniche che compongono il corpo aromatico di Amaro Eroico vengono raccolte manualmente nel corso dell'anno e lavorate affinché preservino i loro principi organolettici.

Le piante officinali, erbe e radici, naturalmente presenti nella macchia mediterranea, sono una delle risorse più grandi che la natura mette a disposizione. Dotate di proprietà terapeutiche, nell'antichità erano coltivate dai monaci nell'Hortus Simplicium che le distillava-

FONDATA  NEL 1861

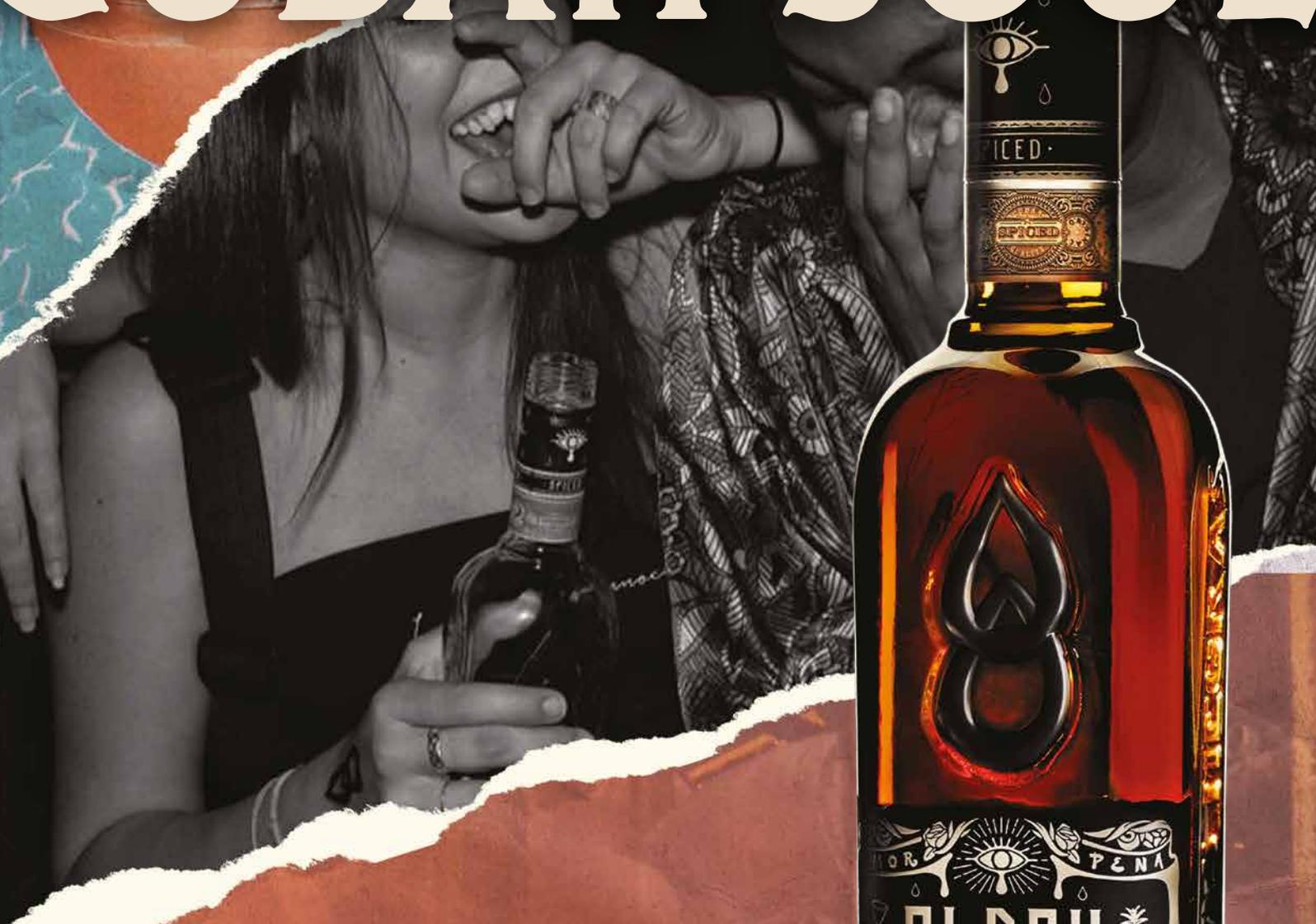
GRANTORINO®

WWW.GRANTORINO.IT



BEVI RESPONSABILMENTE

SPICED WITH CUBAN SOUL



THE ORIGINAL
BLEND OF CUBAN
RUM & SPICES

**BLACK
TEARS** 
LET TEARS FLOW

BlackTears.com

IMPORTATO
E DISTRIBUITO DA



RINALDI 1957

Bevi Responsabilmente



no trasformandole in medicinali naturali. Oggi sono i cosiddetti “Erbajoli” i loro massimi conoscitori. Come da antica tradizione le infusioni e le macerazioni sono svolte a freddo e separatamente in modo che i relativi estratti esprimano la naturale freschezza.

Altra pietra miliare della produzione locale e del liquorificio Essentia Mediterranea è Elixir di Liquirizia (26°). Originale e autentico rosolio ottenuto dalla radice e dalla polvere di *Glycyrrhiza Glabra*, tipica della costa jonica.

Prodotto a mano e in piccoli lotti da

un’antica ricetta, tramandata di padre in figlio per generazioni, dove l’utilizzo sia dell’estratto della radice, sia dell’infuso ottenuto dalla polvere di liquirizia, permettono di realizzare un prodotto unico, dal gusto originale e intenso. Al naso e al palato presenta quindi i sentori tipici della liquirizia derivati dal suo infuso, ma anche sentori più vegetali, dovuti alla generosa presenza della radice intera nella preziosa tintura madre.

I prodotti di Essentia Mediterranea sono distribuiti in Italia da Pellegrini.

Alessandro Palanca

RICETTE ESSENTIA AMARO EROICO



IL PATRON di Luigi Minichiello – M. Chalet – Mirabella Eclano (AV)

INGREDIENTI

- 4 cl Tequila Ocho Blanco
- 2 cl Amaro Eroico
- 1,5 cl succo di lime
- 3 cl succo pompelmo rosa
- 1 bsp miele di agave
- 2 dash bitter Chuncho.

Tecnica: shake and strain. Glass: tumbler basso. Garnish: pompelmo rosa, lime, pimento.



PRINCEPS AMARA di Andrea Peconio – La Cambusa – Bari

INGREDIENTI

- 3,75 cl Brandy
- 1,5 cl Amaro Eroico
- 2 cl sciroppo hm di lavanda di Provenza
- 1,5 cl succo di yuzu
- Top di hard seltzer Mas Agave lime

Tecnica: shake and double strain. Glass: Collins. Garnish: rametto di foglie di mirto.



LA SUPERBA di Luca Rossi – Bar degli Aperitivi – Genova

INGREDIENTI

- 45 ml Bourbon Whiskey
- 10 ml sciroppo zucchero muscovado
- 5 ml Amaro Eroico

Tecnica: mix and strain. Glass: coppetta. Garnish: orange twist.



RIMEDIO di Peke Bochicchio – Barmacia soluzioni spiritose – Potenza

INGREDIENTI

- 45ml Gin
- 30ml succo di limone
- 15ml honey mix
- soda pompelmo e timo*
- float di Amaro Eroico

Tecnica: build. Glass: old fashioned. Garnish: rametto di timo e lemon zest.

*Soda pompelmo e timo: preparare un decotto con 400 ml di acqua e 20 grammi di timo. Filtrare e aggiungere 450 cl e 80 grammi di zucchero, miscelare e gasare con CO₂



FICO D'INDIA di Mattia Cilia – Cantieri Sultano – Ragusa Ibla

INGREDIENTI

- 30 ml Avola Rum
- 40 ml Amaro Eroico
- 20 ml Chutney di Fico d'India
- 20 ml *Cordiale PO-CHE-VA (Pomodoro, Melograno e Vaniglia)

Tecnica: shake & double strain. Ghiaccio: cubetto 28 gr. Glass: Tiki Mug Baroque.

Garnish: cialda di pane soffiato e marmellata di fico d'India.

*Cordiale: all'interno di un Bimby inserire 500 gr di pomodoro ciliegino, 250 gr di succo di melograno, 250 gr di zucchero di canna demerara, 75 gr di aceto di riso, i semi di 1 baccello di vaniglia. Azionare le lame del Bimby alla massima potenza ed impostarlo a 45°C. Lasciar lavorare il Bimby finché il prodotto non sarà completamente liscio ed amalgamato. Filtrare il composto attraverso una superbag. Aggiungere 0,5% di acido malico e 0,5% di acido citrico.



BITTER SIDE di Diego Cesarato – La Gineria – Santa Maria di Sala (VE)

INGREDIENTI

- 3 cl Amaro Eroico
- 2 cl Vermouth Gamondi Rosso Superiore di Torino
- 2,5 cl London dry gin
- 0,5 cl Sangue Morlacco
- 1 dash chocolate bitter

Tecnica: build. Glass: OF. Garnish: orange peel.



TRACCE ANCESTRALI

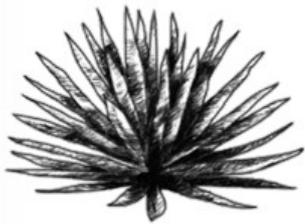
Metodo artigianale e sostenibilità La ricetta del migliore Mezcal

DI VITTORIO BRAMBILLA

Il Mezcal è il più famoso distillato di mosto fermentato di agave, nota come “pianta magica”, prodotto in sette stati del Messico. La zona principale, che vanta quasi il 60% della produzione, è la regione di Oaxaca, a sud dello Stato, ma viene prodotto anche nelle regioni di Guerrero, Guanajuato, San Luis Potosi, Zacatecas, Durango e Tamaulipas.

Il nome Mezcal prende ispirazione dall’idioma indio “METL”, dato all’agave di questi territori per identificare la fertilità di questa pianta, fondamentale per i popoli che la utilizzavano come fonte di acqua, zucchero, fibra per confezionare utensili, cibo per animali e persino combustibile.

La caratteristica principale di questo



ESPADIN



PAPALOTE



TEPEZTATE



JABALÍ



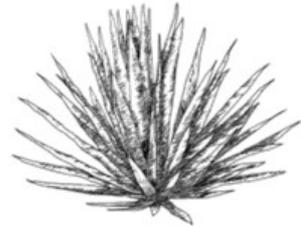
CENIZO



TOBAZICHE



TOBALÁ



AZUL



PRODUZIONE

SOPRA,
VARIETÀ DI
AGAVI.
A SINISTRA
UNO SCHEMA
CHE SINTETIZZA
LA FILOSOFIA
PRODUTTIVA
DEI BRAND DI
MEZCALEROS
ITALIA.

amato distillato è senza dubbio quella di sprigionare un articolato bouquet di aromi e profumi floreali, fruttati e speziati, dal sapore rustico, ricco e avvolgente, in netto contrasto con la topografia delle regioni di provenienza, tutt'altro che fertili.

I terreni, prevalentemente poveri e montuosi, hanno sì ostacolato il proliferare delle coltivazioni, ma hanno anche impedito negli anni le coltivazioni intensive e una produzione massiva, dando alla materia prima maggior pregio e valore, e ancorando l'intero ciclo produttivo a processi di lavorazione artigianali.

La coltivazione in terrazza è la più usa-

ta e, per le varietà più rare, la resa per ettaro non supera le 400 piante di agave, in alcuni blend è possibile addirittura trovare agavi selvatiche.

La varietà di sapori che è possibile ricavare dalle agavi utilizzate è potenzialmente infinita. Troviamo pertanto prodotti frutto di particolari miscele di agave, altri puri, ricavati dall'agave Espadin oppure Tepeztate o ancora Tobala e molte altre, il cui pregio, e di conseguenza qualità, crescono soprattutto con l'aumentare degli anni che raggiungono le piante prima di essere tagliate.

Se calcoliamo che in Messico sono

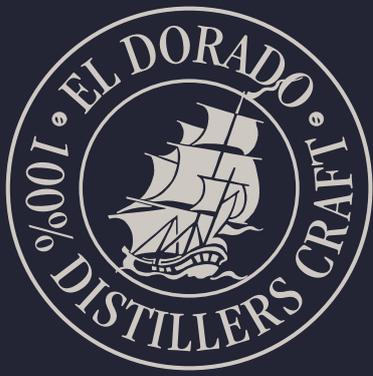


state catalogate oltre 200 tipi di agave possiamo immaginare quanti prodotti potremmo potenzialmente trovare e quante possano essere le combinazioni e differenze tra gli stessi.

A tutela del consumatore su qualità e tipicità del distillato, il prodotto finale deve superare comunque i rigidi controlli del Consejo Mexicano de la Calidad Regulador de Mezcal istituito negli anni 90.

Il Mezcal si produce con la parte centrale dell'agave: il laborioso processo ha inizio con la selezione delle piante, che avviene quando l'agave raggiunge le condizioni adatte e gli anni di vita desiderati, generalmente tra gli 8 e i 12, e a volte, per produzioni speciali, addirittura 20 - 25 anni.

Effettuato il raccolto, vengono eliminate le foglie, lasciando solo il cuore, che viene chiamato piña per il suo aspetto caratteristico. L'arrostimento delle pigne avviene in tempi molto lunghi che normalmente durano quattro o cinque giorni, ma possono arrivare fino a un intero mese, condotto all'interno di caratteristici forni interrati: buche contornate da pietre vulcaniche e ricoperte con bucce e foglie di agave che fanno da strato protettivo. Questo tipo di cottura alla brace a diretto contatto con la terra, conferisce il magico odore affumicato e l'aroma tagliente al futuro Mezcal, legato alla scelta del legno e al tempo in cui il frutto viene lasciato affumicare, strettamente in equilibrio con il carattere zuccherino e gli aromi speziati



EL DORADO

DEMERARA RUM

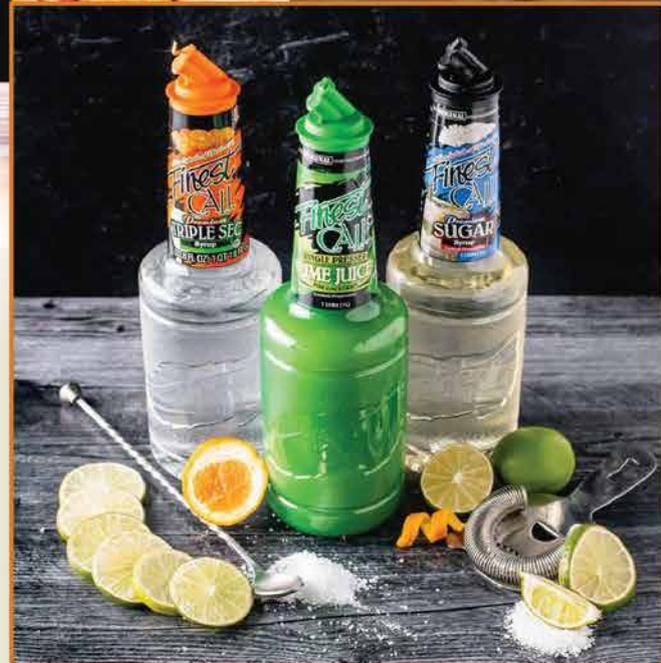
PRODUCT OF GUYANA





MIXOLOGY MINDED COLLECTION

ADD A SPLASH OF FRUIT TO YOUR COCKTAIL



FOLLOW ALONG!

 @FinestCallEU

 @FinestCall_EU

Visit our new website! www.finestcall.com



COCKTAIL PRO

Download the NEW ABM Cocktail Pro App
Cocktail Pro for more recipes and information



e fruttati della pianta da cui ha origine.

Terminata questa fase si procede alla spremitura delle pigne, che può essere effettuata direttamente per mano dei contadini, o in rudimentali frantoi che si avvalgono di macine in pietra (tahona) ancora oggi spesso azionate da asini. Il succo estratto, il mosto, viene raccolto all'interno di tini in legno che danno inizio alla fermentazione, terminata poi in alambicchi di rame, argilla, terracotta o acciaio. Il processo dura generalmente tra le 36 e 72 ore e può essere svolto più volte per prodotti più raffinati, dal sapore più morbido e vellutato.

L'ultima fase prevede che il distillato venga lasciato riposare in grandi botti di legno, durante il quale acquisisce un colore che passa dal dorato al bruno. L'invecchiamento ha tre distinte denominazioni:



Añejo – invecchiato per almeno un anno, in botti di non più di 200 litri;

Reposado – invecchiato per un periodo da due mesi a un anno;

Blanco – chiaro, conservato meno di due mesi.

La maggioranza delle aziende non produce prodotti da invecchiamento, ma la

PRODUZIONE
IN ALTO, UN
FORNO
INTERRATO.
QUI SOPRA, LA
COTTURA DELLE
AGAVI IN
FORNO
INTERRATO.



PRODUZIONE

IN ALTO E QUI SOPRA, ALCUNE FASI DELLA LAVORAZIONE.

sola versione bianca. Dal 2005 ogni distilleria, indipendentemente dalla propria dimensione, dispone di un numero identificativo (NOM), posto sull'etichetta delle bottiglie, che permette di individuare l'origine del prodotto.

Mezcaleros Italia importa in Italia ed

Europa Mezcal di qualità. Quasi tutti i Mezcal importati da Mezcaleros Italia sono principalmente prodotti con i metodi artigianali e ancestrali nella regione di Oaxaca, Messico.

Il progetto di Mezcaleros Italia punta a diffondere questo magico distillato scegliendo i produttori con cura, assicurandosi che tutto ciò che riguarda la loro sostenibilità sia preservato e garantito. Visitando personalmente le palenque e stabilendo rapporti di fiducia con i produttori e le distillerie, gli specialisti di Mezcaleros Italia vistano quotidianamente i più remoti angoli di Oaxaca.

Mezcaleros Italia promuove e distribuisce, quindi, distillati provenienti da realtà artigianali dove ricerca e qualità sono sempre al primo posto. Ciò può comportare che non vi sia sempre la disponibilità di tutta la gamma di prodotti. Infatti molti

THREE
ARTISANAL



CENTS
BEVERAGES

EST. 2014

NEW
Flavour



Distribuito da
www.onestigroup.com

 [THREECENTSBEVERAGES](https://www.facebook.com/threecentsbeverages)

WWW.THREECENTS.COM

 [@THREECENTS_OFFICIAL](https://www.instagram.com/threecents_official)



J.GASCO
LEGENDARY ITALIAN DRINKS



PRODUZIONE
UNA FASE DI
LAVORAZIONE
DEL MEZCAL
ARTIGIANALE.

di questi distillati sono prodotti in quantità limitate, da lotti selezionati e distribuiti secondo una crescente domanda.

I distillati ancestrali di agave sono caratterizzati dal loro metodo produttivo che non utilizza alcun tipo di macchinario ma solo la forza dell'uomo. Per ottenere un Mezcal *ancestrale* è necessario rispettare i seguenti parametri:

- cottura delle agavi in forno conico a terra;
- molitura/macinazione eseguita “a mano” con mazzuolo di legno;
- doppia distillazione in alambicco di terracotta con “bagassa” (capacità massima di 80 lt).

Queste evidenti difficoltà di produzione originano solo lotti piccoli e limitati.

I distillati di agave *artigianali* sono quelli che seguono un metodo di produzione artigianale. Questo metodo produttivo

consente l'utilizzo di macchinari per le fasi di molitura e distillazione. In questo caso bisogna rispettare le seguenti fasi:

- cottura delle agavi in forno conico a terra o forno in muratura;
- molitura/macinazione eseguita “a mano” con mazzuolo di legno, con tahona (pietra azionata da trazione animale), mulino egiziano, anche detto macinatore elettrico;
- distillazione in alambicco di rame (capacità mx 500 lt) oppure vasi di terracotta con o senza bagassa.

Queste produzioni normalmente hanno continuità in base al tipo di agave utilizzata ma senza divenire industriali.

I Mezcal importati da Mezcaleros Italia sono Mezcal Picaflor – Real Minero – Koch El Mezcal – El Rey Zapoteco. Quella che segue è una presentazione di alcune delle migliori referenze.



EL REY ZAPOTECO

Questo è uno dei più antichi marchi di Mezcal artigianali di Oaxaca. El Rey Zapoteco è stato fondato nel 1960 da Don Serafín Hernandez Blas a Santiago Matatlán. Oggi l'attività è gestita dalla matriarca di famiglia Doña Juana e dai figli di Don Serafín, custodi dei campi di agave che producono abitualmente alcune delle più grandi agavi di Oaxaca. La famiglia Hernandez è fedele custode delle tecniche di produzione che rimangono le stesse come dalla loro fondazione.

El Rey Zapoteco Espadin è ottenuto dalla tenuta di famiglia da agavi Espadin che vengono tagliate a mano con mache-

te e zappa e cotte con legno di quercia in un forno conico sotterraneo, fatto di rocce di fiume ricoperte di terra. Le agavi cotte vengono schiacciate dalla tahona di cava cilena trainata da cavalli. Le fibre di agave schiacciate vengono fermentate in tini di pino all'aperto utilizzando lieviti naturali. L'agave fermentata viene distillata due volte in alambicchi di rame per produrre un Mezcal Espadin con ABV 45%. Un Mezcal altamente accessibile e versatile con un bel naso floreale, pepe, spezie e un finale pulito, leggermente affumicato.

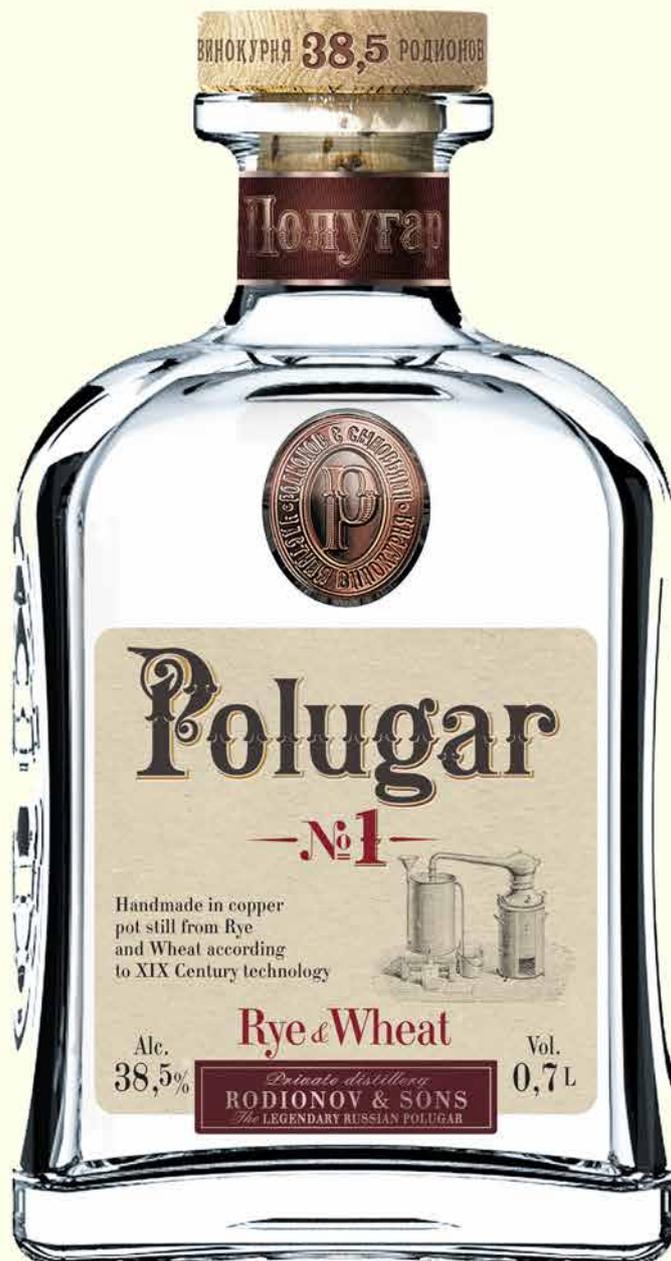
El Rey Zapoteco Blanco

Aspetto terroso chiaro, caratteristico della terra di Matatlán. Toni floreali, che ricordano i fichi secchi, fumo sottile. Un bel naso floreale e pepe, spezie e un finale pulito, leggermente affumicato. Equilibrato in bocca. Tipo di Agave: Angustifolia Haw (Espadin). Sistema di distillazione: alambicco di rame. Regione di produzione: Santiago Matatlán, Oaxaca. Maestro mezcalero: Efraín Hernández. ABV: 45%.

El Rey Zapoteco Reposado

Toni legnosi e un pizzico di caramello. Mezcal invecchiato in botte. El Rey Zapoteco Reposado è realizzato con agave Espadin a Santiago Matatlán, Oaxaca. Le agavi vengono tradizionalmente cotte in forno sotterraneo per 4-7 giorni, macinate con tahona trainata da cavalli, fermentate all'aperto con lieviti naturali e distillate due volte in alambicchi di rame. Dopo la distillazione in rame, questo Mezcal viene fatto riposare in botti di rovere bianco per 10 mesi prima dell'imbottigliamento. L'ABV può variare tra 40% e 45%. Tipo di agave: Angustifolia haw (Spratto). Maestro mezcalero: Efraín Hernández.

TUTTA LA LINEA



IN ESCLUSIVA PER L'ITALIA



RINALDI 1957

DRINK RESPONSIBLY



IOVEM.IT

#BEVIVIOLA



IOVEM is an innovative and unique product, 6 elements hidden in 9000 years of history that spawn the new drink of the Gods.



The purple nectar, to drink blended

drink responsibly

propaganda3.it

KOCH

Il gruppo Koch è stato fondato nel 2009. Progetto di Carlos Moreno che così riassume la sua filosofia: «Conosciamo il mezcal da sempre e prima ancora, lo abbiamo vissuto negli ambienti familiari più vicini sin da quando eravamo bambini. È inerente alla nostra regione, è parte della nostra visione del mondo. Il mezcal guarisce l'anima, ti accompagna anche nei tuoi dolori e se vuoi ti aiuta a dimenticarli, quando nasce un bambino si beve mezcal. Beviamo mezcal per essere sentimentali, per sfruttare creatività e sentimenti. Non si tratta di soffrire, ma di emozionarsi. Godere. Quando sei di Oaxaca, non importa se sai come è fatto o no, che ti danno il mezcal, te lo danno, e che lo bevi, lo bevi, in continua evoluzione di sapore, aroma e tessitura, che permette di evocare il terroir allusivo alla regione, agavi e mani che intervengono nella sua creazione».



Koch Espadin Ancestral Olla de Barro

Sapore di mogano grazie al suo tipo di distillazione, leggermente affumicato, terroso e fresco. Morbido al palato. Profumi: lunga persistenza di fiori d'arancio e cannella, con sentori di cuoio vecchio e cedro affumicato. Al palato: corpo medio con note minerali e leggeri ricordi di cardamomo e noce moscata. Texture setosa con un sapore di zucchero filato e un finale persistente di burro di mandorle. Piante con età di maturazione da 7 a 9 anni, varietà Espadin coltivata e raccolta a mano a Sola de Vega, Oaxaca. Doppia distillazione in Olla de Barro (alambicco in terracotta), Mezcal prodotto con metodo ancestrale. Tipo di Agave: Angustifolia Haw (Espadin). Regione di produzione: Sola de Vega, Oaxaca. Maestro Mezcale-

ro: Alberto Vásquez. ABV: 47 %-50%

Koch Arroqueño

Aromi agrumati, toni fruttati e un tocco di fumo. Di medio corpo, con attributi dolci, aromi di caffè al caramello e un finale fruttato con sentori di uva bianca, arancia, ananas maturo e mela cotogna. Agavi con tempi di maturazione da 9 a 12 anni, raccolte a mano nella regione di Río de Ejutla, Oaxaca, e processate con il metodo ancestrale. Tipo di agave: Agave americana (Arroqueño). Doppia distillazione in alambicco in terracotta. Regione di produzione: Ejutla, Oaxaca. Maestro mezcalero: Adrián Bautista. ABV: 47%-49%

PICAFLOR

Picaflor è un brand creato da un gruppo



di amici che condividono la passione per il Mezcal, la conoscenza del settore e la passione per la terra di Oaxaca. Il marchio è un progetto di Mezcaleros Italia realizzato in collaborazione con Enmezcalarte (ESP), una piattaforma dedicata all'importazione e alla commercializzazione di Mezcal artigianale e ancestrale.

Picaflor Espadin Blanco

Note di degustazione: fumo leggero ed equilibrato, note di frutto della passione, ananas e agrumi. Corposo in bocca e retrogusto equilibrato con sentori freschi e verdi di agave, aromi dolci di maguey cotto. Picaflor Mezcal celebra il colibrì e il suo ruolo fondamentale nell'impollinazione della pianta di agave. Doppia distillazione in alambicchi di rame da 350 litri, questo Mezcal artigianale è prodotto a mano a San Luis Del Rio, Oaxaca, utilizzando tecniche tradizionali che garantiscono una finitura raffinata. Agave: Angustifolia Haw (Espadin). Regione di produzione: San Luis del Río, Oaxaca. Maestro Mezcalero:

Virgilio Velasco. ABV: 47% - 49%

Picaflor Wild Ensemble

Mezcal con aroma erbaceo, rosmarino e terra umida. Inizio dolce, intensa presenza minerale e retrogusto di maguey cotto. Mezcal Picaflor Wild proviene dalla città di Mengolí de Morelos, Miahuatlán, Oaxaca. È prodotto con agavi coltivate e selvatiche di età compresa tra 8 e 14 anni della varietà Espadín (70%) e Madrecuishe (30%). Questo Mezcal viene prodotto nella stagione secca. Le sue note di legno, terra e minerali spiccano con sentori di erba al naso. Al palato produce un gusto dolce e retrogusto balsamico, raggiungendo un equilibrio molto piacevole. Sistema di distillazione: alambiccico di rame. Maestro mezcalero: Ramón Cruz. ABV: 47%- 49%

REAL MINERO

Real Minero è considerato da molti uno dei migliori produttori di Mezcal al mondo. La famiglia produce Mezcal da diverse generazioni a Santa Catarina Minas e sono conosciuti sia in Messico che all'estero per aver creato alcune delle migliori bottiglie disponibili. Tutto il loro Mezcal è prodotto in piccoli alambicchi di terracotta, quasi tutto viene lasciato riposare in vetro per diversi mesi prima dell'imbottigliamento, conferendo così al Mezcal un carattere molto più morbido. Oltre a creare ottimi spiriti, i produttori hanno anche uno dei più grandi e diversificati programmi di rimboschimento sostenibile di agave. Con l'aiuto della comunità sono stati in grado di salvare diverse varietà di agave che in precedenza si pensava fossero estinte. L'ABV di ogni lotto può variare leggermente.

Real Minero Espadin Ancestral

Un giovane Mezcal della gamma Real



AMERICANO ROSSO

Nasce dalla tradizione Veneta e dall'Amore per la Natura. Creato dall'unione artigianale dei vini del Lago di Garda con botaniche accuratamente selezionate.



IL PRIMO ROSSO NATURALE GRAZIE A FIORI E PIANTE
NESSUN AROMA O CHIMICA AGGIUNTI



DISTRIBUITO DA 1957

RINALDI 1957



SCEGLIETE A CHI CREDERE.

UNA MIRACOLOSA BUGIA

*Inspirato ai miracolosi
e fraudolenti rimedi
venduti dai ciarlatani
del 1700.*

UN'AMARA VERITÀ

*Un amaro artigianale
ottenuto per infusione
e distillazione
di erbe, spezie e cortecce.*



www.rimedicciarlatani.it

BEVI RESPONSABILMENTE

Minero, realizzato con agave Espadín, una delle varietà più comuni utilizzate nella produzione dei distillati di agave. La gamma Real Minero è realizzata dal distillatore Edgar Ángeles Carreño a Santa Catarina Minas, Oaxaca, utilizzando processi di distillazione tradizionali. Real Minero Espadín è distillato due volte in alambicchi in terracotta. La maggior parte dei lotti vengono riposati in vetro prima di essere distribuiti. Una grande quantità di questo distillato è stata prodotta nel 2008 e solamente una selezione limitata di bottiglie viene rilasciata ogni anno. Parte di questo Mezcal è ancora in fase di invecchiamento nella palenque Real Minero e verrà destinato a imbottigliamento nel prossimo futuro. Note di degustazione: abbastanza fruttato con prugna e banana, uniti da classici elementi affumicati che si diffondono nel palato, tocchi saporiti di menta e cioccolato dolce. ABV: 52,3%

Real Minero Largo

Aromi freschi e balsamici, in bocca un leggero sapore di caramello, liquirizia e terra umida, con leggera acidità al palato. Finale dolce ed equilibrato. Real Minero Largo è realizzato con maguey Largo, una varietà della famiglia delle agavi Karwinskii. È conosciuto da molti come uno dei migliori Mezcal sul mercato ed è il preferito di Graciela, colei che gestisce le operazioni di Real Minero. Sistema di distillazione: clay pot (alambicco in terracotta). Regione di produzione: Santa Catarina Minas, Oaxaca. Maestro Mezcalero: Edgar Ángeles Carreño. ABV: 49,6°

Real Minero Barril-Madrecuishe

Al naso è erboso e leggermente agrumato, nasconde davvero il suo 53% di alcool. Il palato è corposo e complesso con ricordi di erba appena tagliata, cioccolato



fondente, cocco e pino. Perfettamente equilibrato. Finale medio lungo di sottobosco e minerali.

Fantastica miscela di Barril e Mexicano (Cruishe). Real Minero Barril-Cuishe è prodotto con maguey Barril (agave Karwinskii) e maguey Cuishe (Rhodacantha). Mentre il maguey Cuishe è un'agave Karwinskii nella maggior parte delle comunità, è un Rhodacantha a Santa Catarina Minas, dove viene prodotto questo Mezcal. Infatti la maggior parte delle altre comunità di Oaxaca chiamerebbe questo maguey Mexicano.

L'etichetta nera di questo distillato indica che si tratta di un Mezcal Ancestrale, questo significa che la macinazione dell'agave cotta è stata eseguita a mano con mazze di legno. Questo processo, svolto manualmente, crea un'enorme quantità di lavoro per gli operatori. Questo Mezcal è composto per il 67% da Barril e per il 33% da Cuishe, con un periodo di maturazione compreso tra 12 e 15 anni.

Vittorio Brambilla

IL GUSTO DELLA MEDITAZIONE

Il lancio della Riserva 18 Un Brandy intenso e raffinato che sprigiona un blending di emozioni

DI VALENTINA RIZZI

Nel 1820 Jean Buton – mastro distillatore della casa imperiale di Napoleone I – lasciò la Francia per stabilirsi in Italia, a Bologna, dove fondò la prima distilleria italiana a vapore. Nel 1939 il Cognac Buton, distillato di punta dell'azienda, divenne Vecchia Romagna, il distillato di vino dall'inconfondibile bottiglia triangolare.

Questo Brandy è frutto del tradizionale Metodo Vecchia Romagna, che si compone di tre passaggi fondamentali: la combinazione di acquaviti ottenute con metodo continuo "a colonna" e discontinuo del tipo "charentais"; l'invecchiamento nelle storiche cantine di Bologna e infine il blending di Brandy invecchiati provenienti da diverse botti e barrique.

Dal 1999 Vecchia Romagna ha rafforzato il suo successo entrando a far parte di Gruppo Montenegro. Forte di antiche tradizioni ed esperienze che si tramandano da oltre 200 anni, il celebre Brandy italiano Vecchia Romagna ha presentato un nuovo eccezionale blend di distillati dal

profilo aromatico intenso e raffinato.

Vecchia Romagna prosegue così l'ampliamento della sua linea di Riserve e, dopo l'ingresso di Riserva Tre Botti e Riserva Anniversario, ha lanciato Vecchia Romagna Riserva 18: un blend di distillati invecchiati diciotto anni in preziose botti di rovere e affinato in botti che hanno ospitato vino Amarone della Valpolicella. Questo affinamento dona a Vecchia Romagna Riserva 18 un tocco tannico e vinoso che rinforza la struttura e l'equilibrio del distillato.

L'evento lancio di Vecchia Romagna Riserva 18 è avvenuto a Milano il mese scorso con un tasting che ha coinvolto tre referenze della linea Vecchia Romagna: Etichetta Nera, Riserva Tre Botti (prodotta nel 2019) e la nuova Riserva 18 anni.

Il panel di degustazione è stato guidato dal maestro distillatore Antonio Zattoni in collaborazione con Gianluca Fusto, genio della pasticceria che si è occupato del pairing con il cioccolato. Fausto ha la capacità di rendere 10gr di cioccolato un sublime percorso sensoriale.



Ad ogni etichetta è stata abbinata, per discordanza, una pralina studiata ad hoc per esaltare tutte quelle che sono le caratteristiche gusto-olfattive del distillato.

Nel blend di Vecchia Romagna Etichetta Nera rientrano distillati che arrivano fino

a cinque anni di invecchiamento. Questo spirito esprime note di vaniglia, nocciola, uva passa, con buona acidità e sostenibile alcolicità.

Questo distillato è stato accompagnato da un cioccolatino composto da cioccolato



del Madagascar, con una sua acidità che richiama quella del distillato, contenente una ganache ai fiori d'arancio e tè bianco fermentato e infuso a freddo per 3 giorni. Un abbinamento dissociativo che tende a nascondere la giovane età di questo distillato per poterne esaltare le caratteristiche gustative e olfattive. Un bellissimo gioco di sapori e profumi assolutamente da provare. Questo cioccolatino ha donato al distillato ancora più freschezza attenuandone la percezione alcolica.

Il secondo abbinamento dissociativo è stato quello con Riserva Tre Botti, in cui i distillati del blend che lo compongono arrivano fino a 13 anni, invecchiati sia in rovere francese che di Slavonia per un passaggio finale in tonneaux ex-vino rosso.

In questo Brandy si distinguono note di miele, la parte acida si ammorbidisce per salire di struttura (grado alcolico) con



@RONCOLONSALVADORENO
@RUMRYE100

RON COLÓN SALVADOREÑO



DISTRIBUTED BY PALLINI
+ 39 06 4190344
INFO@PALLINI.COM



AWARD WITH EXCELLENCE

SAN FRANCISCO WORLD SPIRIT COMPETITION – 2020 GOLD
ASCOTT – 2021 DOUBLE PLATINUM,
BEST RUM (CLASS), BEST OVER PROOF RUM (CATEGORY) OF 2021
BEVERAGE TESTING INSTITUTE – 2021 GOLD (92 POINTS EXCEPTIONAL)
USA SPIRIT RATING – 2021 SILVER
WINE ENTHUSIAST – 2021 93 POINTS OUTSTANDING
DIFFORTS GUIDE – 5 STAR RATING
NEW YORK WORLD WINE AND SPIRIT COMPETITION 2021 – DOUBLE GOLD,
BEST OF CLASS: EXTRA-AGED RUM, BEST OF CLASS: OVERALL RUM
CHINA WINES & SPIRITS AWARDS – 2021 GOLD
AMERICAN DISTILLING INSTITUTE – 2021 BEST HIGH PROOF RUM

DRINK RESPONSIBLY



DISTRIBUITO DA
SAGNA
IMPORTATORI E DISTRIBUITORI DAL 1928

BEVI RESPONSABILMENTE | DISTRIBUITO DA SAGNA S.P.A. DAL 1928 - WWW.SAGNA.IT



un accentuato richiamo all'uvetta. In questo caso l'abbinamento con una pralina di cioccolato venezuelano con ganache di olive, olio e sale, con note un po' più sapide che ricordano sapori mediterranei, si uniscono uno dopo l'altro per creare una sinfonia di sapori unica.

Dai mari ai monti con una notevole consistenza in più rispetto a prima, sia al morso che alla bevuta. Un connubio perfetto con il contrasto tra il sale e la morbidezza del distillato.

Il terzo abbinamento è stato con Riserva 18 anni, spirito composto da distillati



che partono da 18 anni di invecchiamento. Vecchia Romagna Riserva 18 si presenta con colore ambrato estremamente luminoso e brillante, gradazione di 41,8°. All'olfatto note dolci che ricordano lo Sherry, tabacco e zafferano, frutta matura.

Dalla struttura consistente, morbida

e rotonda, un distillato da meditazione; ci vorrebbe almeno mezz'ora nel bicchiere per dargli la possibilità di esprimere al meglio il suo bouquet aromatico. L'abbinamento è davvero sorprendente. Riuscire a ricreare in 10 gr di pralina tutto l'umami del Parmigiano senza usare Parmigiano è davvero geniale. Porcini bianchi piemontesi infusi a freddo, uniti alla panna e al pepe Timut creano la sapidità di un Parmigiano 36 mesi. Un dolce sapido che Vecchia Romagna Riserva 18 anni sostiene senza nessun problema e che riesce a esaltare le note terziarie che il legno di Amarone è riuscito a trasmettergli. Il finish in barrique ex-Amarone della Valpolicella, grande vino rosso, per struttura e bouquet aromatico, gioca un grande ruolo nella formazione caratteriale di questo distillato.

Molto elegante e contemporaneo l'esclusivo packaging. Tutto questo dimostra che a un distillato si può abbinare molto più che un ottimo ma semplice pezzetto di cioccolato. Se le caratteristiche del distillato vengono studiate a dovere, scomposte e analizzate, si può osare molto di più nell'abbinamento. Perché il cioccolato è proprio come il vino, ha il suo terroir, ogni fava la sua provenienza e quindi odori, sapori e aromi completamente diversi.

Gianluca Monaco, direttore Marketing & New Business di Gruppo Montenegro, sottolinea che «il lancio di Riserva 18 si inserisce all'interno della nostra strategia di valorizzazione della gamma Riserve, iniziata con Riserva Tre Botti, con l'obiettivo di far conoscere anche al consumatore più esperto i grandi distillati di Vecchia Romagna, un eccellente brandy da meditazione che presenta una complessità aromatica ricercata che soddisferà il palato degli intenditori».

Valentina Rizzi

Simply Squeeze
REAL
 COCKTAIL INGREDIENTS®



- | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|---|--|--|--|--|--|---|--|--|--|--|--|--|---|---|
| | | | | | | | | | | | | | | | |
| Banana Real
<i>Infused with premium Cavendish Bananas from Costa Rica</i> | Crisp Apple Real
<i>Infused with premium pineapples from Costa Rica</i> | Piña Real
<i>Infused with premium pineapples from Costa Rica</i> | Black Cherry Real
<i>Infused with premium Chilean Black Cherries</i> | Blueberry Real
<i>Infused with premium Goldnabe Blueberries from the Pacific Northwest</i> | Peach Real
<i>Infused with Elegant, Summer & Rich Lady Peaches</i> | Mango Real
<i>Infused with Alfonso Mangos from India</i> | Raspberry Real
<i>Infused with Willamette and Glen Clove Raspberries from the Pacific Northwest</i> | Coco Real
<i>Contains real coconut meat from hand-picked tropical Coconuts</i> | Strawberry Real
<i>Infused with hand-picked Camrose, Ventana and Albion Strawberries from California</i> | Pumpkin Real
<i>Infused with premium pureed Pumpkins and hints of cinnamon, ginger, nutmeg and clove</i> | Agave Real
<i>100% organic blue Agave Nectar from the Jalisco region of Mexico</i> | Ginger Real
<i>Infused with premium Luoiu Ginger puree</i> | Passion Real
<i>Infused with premium Purple Passion Fruit from Vietnam</i> | Kiwi Real
<i>Infused with premium Kiwi from New Zealand</i> | Blackberry Real
<i>Infused with premium Marion Blackberries from Oregon</i> |

Flavorful

Mixable

Squeezable

www.realingredients.com



SABATINI BARREL GIN

L'avventura dei Sabatini nella spirit industry iniziò nel 2015 con la nascita del loro Gin. La struttura aziendale estremamente snella e al tempo stesso dinamica creata dai Sabatini, coniugata alle prospettive di espansione, si basa su un modello economico totalmente sostenibile, un modello che ha portato il brand a farsi conoscere velocemente e a svilupparsi anche oltre confine.

Sono quattro i componenti dei due rami della famiglia Sabatini a cui si deve la creazione di Sabatini Gin: Filippo, Enrico, Niccolò e il padre degli ultimi due, Ugo. Il buon retiro di famiglia è ormai stabilmente a Cortona, in Toscana, dove i Sabatini risiedono da generazioni. Questo luogo dove affondano le radici è il centro vitale della famiglia, dell'attaccamento a questa

terra e ispirazione dello spirito imprenditoriale.

I Sabatini non si sono ritrovati per caso nella spirit industry. La passione per i distillati arriva da lontano, da quando nel 1922 Guglielmo Giacosa, nonno materno di Ugo Sabatini, uno dei pochi depositari della ricetta segreta del Vermouth Cinzano, fu trasferito in Bolivia per gestire il locale stabilimento Cinzano.

La dolce campagna toscana, dunque, è il luogo di nascita di Sabatini Gin. Qui la natura ha donato all'uomo il ginepro e l'Iris fiorentino che caratterizzano la produzione di Sabatini Gin. Con questo progetto, la famiglia di imprenditori ha voluto coniugare un distillato italiano con i sentori delle botaniche toscane, alla lunga tradizione della distillazione inglese, creando il primo

London Dry Gin dallo spirito toscano.

Lo split delle vendite di Sabatini Gin sui mercati nel 2019 si divide tra il 75% in Italia e il 25% all'estero. I paesi in cui è presente sono Italia, Germania, Inghilterra, Svizzera Tedesca, Danimarca, Repubblica Ceca, Hong Kong, Singapore, Giappone, Cambogia, Thailandia, Vietnam, Myanmar, Repubblica Ceca.

Oltre all'Italia, i mercati più produttivi sono: Germania, Repubblica Ceca e Inghilterra. In Asia, Sabatini Gin è ben posizionato a Singapore, Bangkok e Hong Kong.

Tra gli ultimi riconoscimenti ricevuti da Sabatini Gin la medaglia d'argento all'International Spirits Challenge 2020.

Recentemente la famiglia ha esteso il proprio interesse su nuovi mercati anche con altri prodotti. Come con Sabatini Olio, un Olio EVO prodotto unicamente da olive secolari delle proprietà di famiglia, che vuole seguire le orme del Gin espandendosi a livello globale.

Sabatini Gin Barrel è il London Dry Gin affinato in botti di rovere ex Chardonnay, un distillato premium che avvicina il mondo del Gin e quello del vino a bacca bianca, proponendosi come perfetto regalo natalizio per stupire anche i palati più raffinati. Perfetto per chi è in cerca di un tocco di originalità e ama sperimentare, l'ultima scommessa di casa Sabatini nasce come reinterpretazione del momento della degustazione: la tradizione del buon bere della famiglia toscana, da sempre improntata all'innovazione, dialoga con la grande arte locale del fare vino.

L'inaspettato incontro ha dato vita a uno spirito nobile, dai colori ambrati e caldi, rotondo e delicato, che stupisce per gli intensi e freschi aromi che rimandano ai profumi della campagna toscana e all'uva appena colta. Se al naso colpisce la sua



freschezza, al palato Sabatini Barrel Gin risulta pieno e avvolgente, grazie al legno delle botti che conferisce spessore e importanza alla balsamicità delle botaniche, lavanda, ginepro e salvia. Queste piacevoli sensazioni sono consolidate in un finale lungo e morbido, con una nota di liquirizia data dal finocchietto selvatico.

Custodito in un elegante cofanetto che rimanda alle venature del legno delle botti di rovere scuro, Sabatini Gin Barrel ha una gradazione di 45.5°, perfetto da bere liscio accompagnato da frutta secca, dolci lievitati o formaggi stagionati.

La nuova proposta firmata Sabatini nasce dall'idea di avvicinare due momenti fondamentali come l'aperitivo e il dopo cena, completando l'esperienza beverage di una serata. «Abbiamo allargato la nostra proposta anche agli amanti di un buon distillato invecchiato – commenta Ugo Sabatini – da assaporare davanti a un buon libro o in compagnia di amici. È un prodotto unico sul mercato perché unisce due grandi protagonisti toscani: il Gin e il vino. La scelta di un vino a bacca bianca è nata dalle qualità che quest'ultimo può aggiungere al nostro distillato, ma nulla vieta in un futuro di poter apprezzare altre uve toscane».

Gli amanti dei distillati di qualità, ma anche i semplici curiosi in cerca di qualcosa di speciale, potranno regalare e regalarsi un'assoluta novità nel panorama dei Gin.

LIVORNO DA BERE

Liquori nuovi e premiati
Cocktail bar molto trendy
e il miglior cameriere d'Italia
La nuova scena della città di Modigliani

DI MARCO GEMELLI



È impossibile che la mente non corra al Ponce, quando si pensa alla tradizione liquoristica livornese: la bevanda alcolica nata nella città labronica tra il Seicento e il Settecento, diretta derivazione dal “punch” inglese, ha fatto da sottofondo alcolico a chiunque abbia voluto immergersi nelle atmosfere della città costiera toscana.

Eppure oggi la Livorno di liquori e distillati cerca una propria identità attingendo ad altre icone del territorio, con prodotti d'eccellenza che non sfuggono all'attenzione dei maggiori concorsi internazionali di categoria. Pensiamo ai recenti exploit del Bitter Amaranzo (liquorificio Il Re dei Re) o dell'Amaro Artista (Euphoria): il primo si richiama al colore simbolo della città – ed è singolare che a inventarlo sia stato un ex parà calabrese trapiantato a Livorno – mentre il secondo è un omaggio non solo all'artista livornese per eccellenza, Amedeo Modigliani, ma ai tanti pittori, scultori e scrittori che costellavano la città nell'Ottocento.

Sono queste due realtà, oggi, a tenere



viva la produzione liquoristica nella cittadina labronica insieme alla Arcaffè che dal 1987 ha acquisito il marchio Vittori, storico produttore di una vasta gamma di liquori ma soprattutto del Ponce, nato sostituendo al tè o all'acqua bollente il caffè concentrato, mentre al posto del Rum delle Antille una versione locale a base di alcol, zucchero e caramello creata – appunto – dal ragionier Gastone Biondi della Vittori.

Nella versione originale, quella che ogni oste ricreava nel proprio retrobottega usando il “rumme” artigianale, il Ponce è però praticamente scomparso dagli anni Cinquanta. Nei bar di Livorno e dintorni si beve ancora, per carità, utilizzando il tipico bicchierino di vetro – il “gottino” – leggermente più grande di quello che normalmente si usa per il caffè, dosando lo zucchero e aggiungendo una scorza di limone (la “vela”) e il “rumme”, prima di

far bollire il tutto e completare con il caffè ristretto.

Oggi come nel passato, il Ponce si consuma generalmente dopo pranzo o dopo cena, sia nella versione classica che in quella “rossa” aromatizzata al mandarino o nella “torpedine”, variante che si ottiene aggiungendo una punta di peperoncino.

Tornando alla produzione liquoristica contemporanea, tanto il *Re dei Re* quanto *Euphoria* hanno ottenuto con i rispettivi prodotti i punteggi più alti nei maggiori concorsi internazionali, in primis l'International Spirits World Championship di Londra.

Se la sede è per ambedue a Livorno, però, soltanto il primo produce effettivamente all'interno della città. E per il 2022 il suo titolare, Fabio Elettrico, lancia la sfida: riportare a Livorno l'intera filiera produttiva del Ponce. «Vogliamo tornare a far sì che l'intero processo produttivo del



AMARO
SOPRA,
MARTINA
CALURI.
A DESTRA,
FABIO
ELETRICO.

ponce torni ad essere a Livorno – spiega Elettrico, che col Re dei Re ha vinto finora 24 premi in tre continenti – ma nello stesso anno, che per noi segna il decennale dalla fondazione dell’azienda e che vedrà l’apertura di un punto vendita all’interno della sede, realizzeremo un distillato che richiami il mare, utilizzando proprio l’acqua marina».

Quanto all’amaro Artista, è stato lanciato nel 2020 dopo due anni di test, partendo da una ricetta livornese del 1860 riadattata, come spiega Martina Caluri, per venire incontro al gusto contemporaneo.

Ma non c’è solo l’aspetto della produzione, a tenere alte le insegne della liquoristica livornese. Anche sul fronte dei cocktail bar, la città sta esprimendo una serie di realtà interessanti: c’è *Alphonse*, un secret bar sui fossi (da non chiamare “canali”, pur essendo nel quartiere chiamato Venezia) con un ambiente elegante ma giovane, e un’uscita che porta sul fosso dove è parcheggiato un piccolo battello a disposizione di chi vuole concedersi un drink sull’acqua.

Oppure *Sketch*, dove da anni si beve bene in un ambiente dinamico, nella via della movida livornese, con un’attenzione speciale sia ai prodotti (spiccano il cocktail Boulevardè e la rivisitazione locale del Ponce) che ai vini naturali.

BEVI RESPONSABILMENTE

imported and distributed by

PALLINI

FLUÈRE

SPIRITO NON ALCOLICO



DA DESIGN.IT

Maraschino speciale
tipo Perle Extra Dry

LUXARDO

composta si prepara con pesce
e marasca appena spinate ed accon
tate in fermentazione con
ta di foglie marasca pesce tagliate

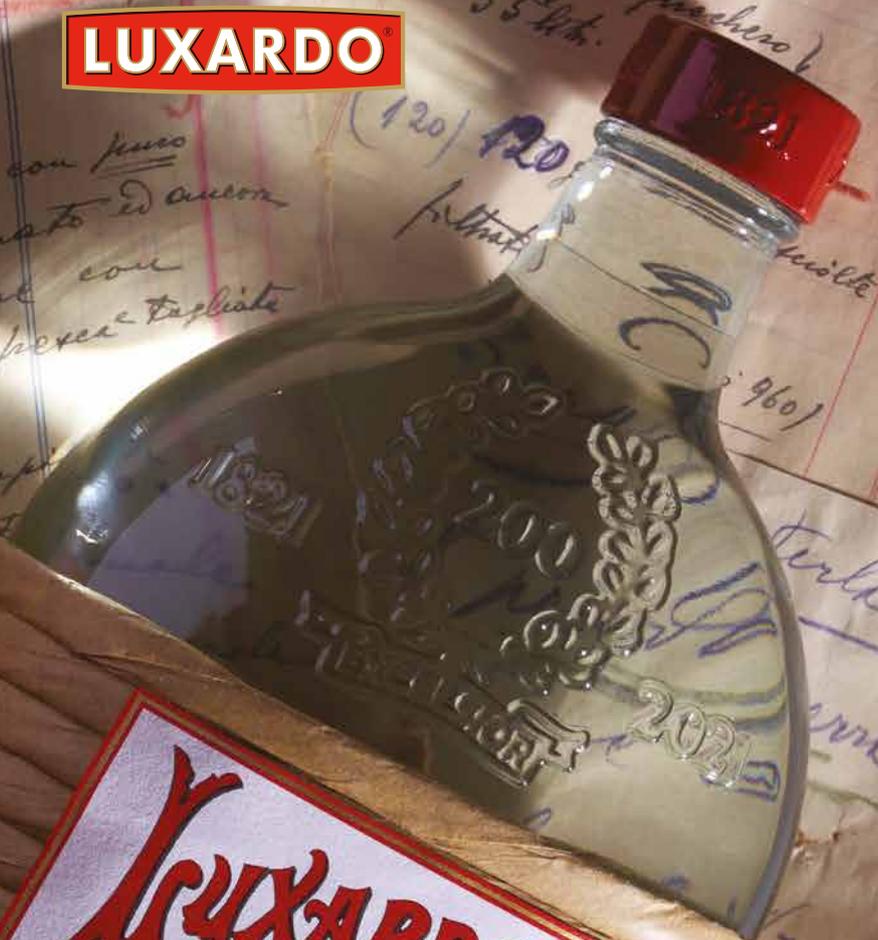
lti vanno prima riemp
proporzionale al conten
preziosissimo app
5 si aggiunge la
pesca, tagliata

ie si formano in
del vino maras
tenere il tin
comple

196 kg. (marchese)
55 litri.
(120) 120
f. (stato)

miolate in 1/2 litri.
(960)
turca
m

75 litri de
50
no



BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILMENTE

f @ in

LUXARDO.IT



PERSONAGGI

A SINISTRA,
GABRIELE
BIANCHI,
MIGLIOR
CAMERIERE
D'ITALIA UNDER
30.



Sempre in via Cambini, merita una sosta a *Il Cardellino in città*, spin off invernale di uno dei più famosi locali della costa toscana – Il Cardellino di Castiglioncello, appunto – che offre alcuni dei piatti più apprezzati della “casa madre”.

Ultimo ma non ultimo, *Amedeo* (ispirato a Modigliani, naturalmente), ristorante di fine dining e cocktail bar con arredi ricercati.

Al di là di una generazione di interessanti cocktail bar e bartender che si stanno facendo le ossa all'ombra del monumento dei Quattro Mori, proprio della

provincia di Livorno – di Cecina, per la precisione – è originario il Miglior cameriere d'Italia under 30, Gabriele Bianchi, oggi ritenuto tra i maggiori esperti nell'uso del tè e delle tisane in cucina. È lui l'autore di uno speciale twist del Negroni che prevede – insieme ai 3 cl di Gin e altrettanti di Vermouth rosso – proprio un infuso di karkadé al posto del bitter. «Facciamo un'infusione a caldo di 8-10 minuti e lasciamo raffreddare, oppure possiamo realizzarne una a freddo, tenendo 6 grammi di karkadé in infusione per tutta una notte».

Marco Gemelli

LUXARDO®

MARASCHINO l'originale *dal 1821*

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.



f @ in

@ luxardoofficial
weareluxardo

Luxardo® promuove il bere responsabile



LUXARDO®



LUXARDO
200 years 1821/2021

f @ in



LUXARDO.IT

BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILMENTE

A photograph of three people standing in front of a display of Cocchi Vermouth bottles. On the left, a man with glasses and a beard wears a dark plaid jacket over a black turtleneck. In the center, a man with glasses wears a grey blazer over a white shirt. On the right, a woman wears a bright yellow suit. The background features a dark wall with a green hat and a Cocchi logo. A shelf with several bottles of Cocchi Vermouth is visible on the left.

BUON COMPLEANNO, COCCHI

Un *Extra Dry* per celebrare la storia di una famiglia che ha lanciato il Vermouth nel mondo

DI VITTORIO BRAMBILLA

1 30 anni sono passati da quando l'azienda "Giulio Cocchi", fu fondata ad Asti nel 1891 grazie al genio creativo e visionario di un giovanissimo pasticcere di origini toscane.

L'avventura di Cocchi nacque con un bar e questo ne avrebbe segnato la storia e l'evoluzione. Nel tempo il brillante

pasticcere brevettò nuovi macchinari per la produzione di liquori e grazie alla sua visione imprenditoriale i tipici prodotti avrebbero superato il consumo domestico e contadino.

Il destino di Giulio Cocchi instancabile lavoratore, sarebbe stato quello di essere un innovatore. Accanto alla distil-



AZIENDE
LA FAMIGLIA
BAVA,
PROPRIETARIA
DEL MARCHIO
COCCHI.

leria, nata come Distilleria San Pietro, si sviluppò da subito una rete di “filiali di degustazione” dove gli avventori potevano degustare la rinomata produzione di aromatizzati e di spumanti Cocchi. Tra gli anni '10 e gli anni '20 del Novecento, le filiali Cocchi furono addirittura dodici, alcuni di questi bar sono ancora aperti.

Giulio Cocchi iniziò a produrre vini aromatizzati ad Asti, accanto al medievale Battistero di San Pietro. Da allora il legame con la città è rimasto sempre forte. Ancora oggi, il Bar Cocchi di Asti, nella centralissima piazza Alfieri, è uno dei salotti della vita cittadina, luogo di incontro e di confronto dove, oltre a gustare un



aperitivo o un buon Vermouth serale, non è raro assistere a eventi culturali.

Le ricette alla base dei vini aromatizzati ancora oggi prodotti dall'azienda sono l'eredità storica e professionale di Giulio Cocchi che si perpetua nel tempo. La Cocchi continua a essere un'azienda di famiglia. Giulio fu aiutato dalla moglie Giuseppina, che lavorava attivamente con lui in distilleria e poi dai sette figli. Uno di questi, Federico, fu l'autore del successo internazionale di Cocchi.

Nel 1935 Federico Cocchi, appassionato esploratore e grande viaggiatore, si trasferì ad Asmara dove aprì un Bar Coc-

chi molto frequentato. Dieci anni dopo Federico arrivò a Caracas e fondò Casa Cocchi de Venezuela che rimase in attività per molti anni.

Negli anni '50 i Vermouth Cocchi arrivarono a New York. Durante i suoi viaggi Federico diffondeva la conoscenza dei suoi Vermouth, Barolo Chinato, Americano, spesso spediti in grandi botti tra molte peripezie. Per gli emigrati italiani significava avere i prodotti di casa che conquistavano poco per volta nuovi spazi.

Negli anni '70 la figlia di Federico, Adria, avrebbe ceduto l'azienda a Piero Bava.

KOVAL

NEW SCHOOL AMERICAN WHISKEY



www.kovaldistillery.com

PELLEGRINI S.p.A.

VINI E DISTILLATI DI QUALITÀ

Selezionato e distribuito da Pellegrini S.p.A.

www.pellegrinisp.net

 KOVAL Distillery -  kovaldistillery -  Pellegrini Spa -  pellegrinisp1904

BEVI RESPONSABILMENTE



NORDÉS

GIN

IL GIN FRESCO, MORBIDO E AROMATICO DELLA GALIZIA!



**LA SPECIALE BASE ALCOLICA, OTTENUTA DALL'UVA ALBARIÑO
E LE BOTANICHE DA CUI È COMPOSTO DONANO A NORDÉS
UN SAPORE EQUILIBRATO ED INCOFONDIBILE!**



Oggi il nome di Cocchi è conosciuto in tutto il mondo per la sua eccellente produzione di vini aromatizzati, Vermouth, Barolo Chinato, Americano e di spumanti.

Negli ultimi '40 anni la Cocchi ha visto tre generazioni della famiglia Bava susseguirsi alla sua conduzione. I Bava hanno riversato nell'azienda nuove energie ed esperienze, modernizzato le tecniche di produzione, hanno rinsaldato il legame con il territorio e la sua vocazione vinicola.

Produttori di vini già dal 1600, la famiglia Bava oggi dispone di cinquanta ettari di vigneti in Monferrato e Langa,

dai quali nascono Alta Langa Dcog e Asti Dcog, grandi vini espressione della più alta qualità piemontese. Forti di questa gloriosa tradizione, grazie all'instancabile lavoro di Roberto Bava e di tutti gli appassionati, oggi i prodotti Giulio Cocchi sono presenti in 70 mercati nel mondo, nelle enoteche, nell'alta ristorazione e nei migliori cocktail bar dei cinque continenti.

Oggi la produzione di Cocchi raccoglie solo prodotti a base di vino. Alle ricette originali di Vermouth e vini aromatizzati, si affiancano le Grappe fatte con le proprie vinacce, gli spumanti Metodo Italia-



no piemontesi e Alta Langa DOCG. Una scelta precisa di coerenza produttiva e valorizzazione dell'esperienza, con una continua ricerca della qualità grazie al lavoro di Giulio Bava, enologo, e Paolo Bava, enologo e botanist.

Nel 130° anniversario della sua nascita l'azienda Giulio Cocchi ha presentato il Vermouth di Torino Extra Dry "Ricetta Piemontese", un Vermouth dallo stile classico, formulato e prodotto nella culla italiana dei vini aromatizzati, il Piemonte.

Cocchi Vermouth di Torino Extra Dry si basa su una "Ricetta Piemontese", come evidenziato in etichetta, una caratterizzazione forte e precisa dato che tutti gli ingredienti principali sono piemontesi o hanno un solido legame con la regione. Il vino base è il Cortese; l'Artemisia Absinthium proviene dalle Alpi piemontesi. Il profilo aromatico si distingue per la presenza della menta di Pancalieri – una varietà locale di menta piperita – e della scorza di limone usata tradizionalmente nella guarnizione del Vermouth in Piemonte. L'aromatizzazione del vino contempla un paniere di botaniche infuse

KOSKENKORVA VODKA CLIMATE ACTION



KOSKENKORVA®



NOTE DI DEGUSTAZIONE

Il Vermouth di Torino Extra Dry di Cocchi (17°) è un Vermouth da gustare in purezza, estremamente elegante, con note fresche di mela, melone e fiori bianchi in perfetto equilibrio con le botaniche: cardamomo, assenzio, coriandolo e angelica.

La menta piemontese e le scorze di limone apportano note erbacee e nitidezza al palato, creando una personalità unica. Estremamente versatile in miscelazione è consigliato anche in un consumo highball con tonica al sambuco.



tra cui, assenzio, angelica, coriandolo e cardamomo, oltre che scorza di limone. Il risultato è un sapore fragrante e perfettamente equilibrato.

L'Extra Dry di Cocchi riporta orgogliosamente in etichetta l'indicazione "Vermouth di Torino" che lo inserisce nella rinnovata denominazione del 2017 protetta da un apposito disciplinare di produzione.

Questo anniversario permette di ricordare cosa ha fatto Cocchi nei suoi 130 anni di storia: il DNA dell'azienda ha radici lontane, ma rappresenta un'impronta forte e distintiva, assai riconoscibile in un calice di vermouth, di Alta Langa Docg o di Asti.

Oggi Cocchi è portabandiera non solo di Asti ma del Piemonte nel mondo. A definire lo stile Cocchi sono da 130 anni l'eleganza e l'autenticità, la qualità degli ingredienti, l'esperienza tecnica più che centenaria e una passione e una creatività che non sono mai venute meno negli anni.

Vittorio Brambilla



PROHIBITO È UN BRAND

**BEVANDE
FUTURISTE**

**UN NOME,
UN CONCETTO,
UNA MISSIONE FUTURISTA,
DAI VALORI ANTICHI
RIVISTI IN CHIAVE MODERNA
PER I BARTENDER DI OGGI.**



PROHIBITOMIXOLOGY.COM

ATTENTI AL VOTO

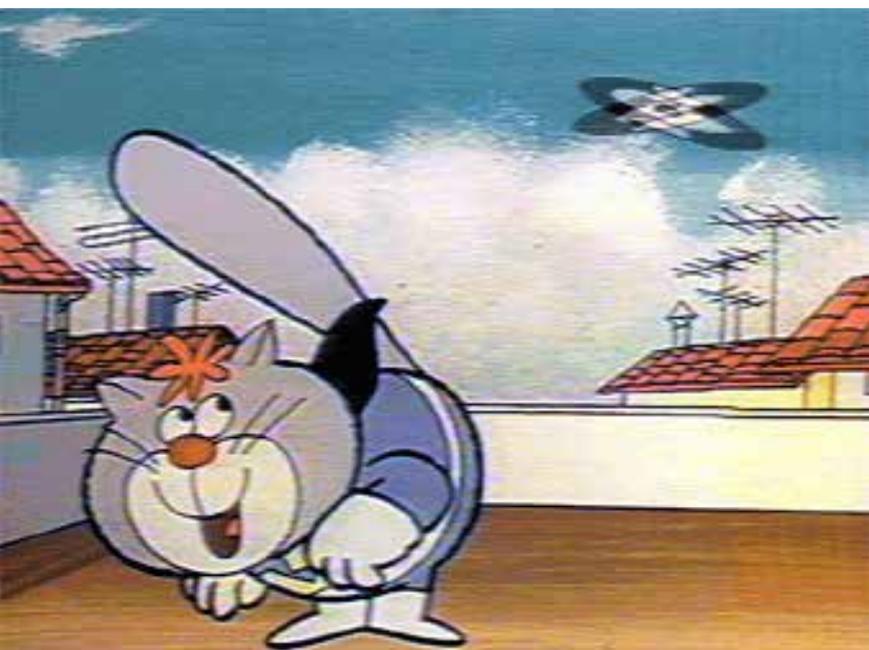
Riconoscimenti e classifiche premiano barman e bar. Ma non sempre il giudizio è in linea con la realtà

DI BASTIAN CONTRARIO

Non è tutt'oro quello che luccica, soprattutto quando parliamo di premi e "personaggi famosi" del mondo del bar. A volte, certe "star" che affollano l'*industry* mi fanno immediatamente immaginare uno storico personaggio dei cartoni animati di Hanna-Barbera, il cagnolino Muttley di Wacky Races, che insistentemente chiedeva "medaglia, medaglia, medaglia". Si tratta di barman, titolari di locali, blogger per cui apparire è tutto, non importa a

quale prezzo. Li riconoscete subito: profili social molto curati, immagini patinate, contenuti reali pressoché assenti. Molti di loro sono sicuramente bravi fotografi o si avvalgono di ottimi professionisti.

Non fraintendetemi: non c'è nulla di male a pubblicare delle belle foto di sé o dei propri cocktail, il problema è quando il contenuto è tutto lì, facendo passare l'erroneo messaggio che realizzarsi nella professione consista essenzialmente nell'essere conosciuti e richiesti grazie all'attività social. E diciamoci pure la cosa più importante: le foto acchiappa like di cocktail o spirit sono spesso molto distanti da ciò che realmente apprezzereste in un bar. D'altronde la pubblicità esige che l'immagine non sia un resoconto della realtà, ma che evochi tutto un mondo fatto di sensazioni. Quindi, poiché una fotografia o un filmato coinvolge un solo senso, la vista, mentre un cocktail reale è anche aroma, gusto, nonché la sensazione che evoca l'ambiente dove viene bevuto, e molte altre cose, una foto dovrà cercare in qualche modo di trasmettere almeno una parte di questo substrato. Il bravo fotografo





esalterà i colori, rendendoli più caldi o freddi al servizio del messaggio da veicolare, utilizzerà materiali di scena, che sarebbe certamente meglio non servire poi con il cocktail... questo, in particolare, è uno dei punti che a molti barman risulta ancora difficile da comprendere.

L'altro grande "abbagliamento" dei nostri tempi è credere che il valore di un esercizio pubblico sia commisurato ai premi ricevuti. Prendiamo il più famoso di questi premi. L'ambito traguardo in questo caso è vedere il proprio locale ricompreso in una lista di cento bar ritenuti i migliori al mondo. Chi decide quali siano queste *mecche* della miscelazione? I votanti sono un gruppo di circa 600 esperti (barman, proprietari di locali, consulenti, blogger, ecc.) individuati dagli organizzatori: ogni anno segnalano anonimamente i loro sette locali preferiti al mondo per l'anno corrente. Può essere votato qualunque locale, ma è necessario che il giudice abbia visitato i

bar che nomina. C'è anche una società assunta appositamente per controllare che i risultati rispecchino fedelmente i voti pervenuti.

Si può quindi andare con fiducia a visitare questi posti, dove certamente si berranno ottimi drink, penserete. Invece, vi assicuro che alcuni dei bar dove ho bevuto peggio al mondo stanno ogni anno in questa lista e sono pure in posizioni di tutto riguardo! Come dirvela in modo educato...? Molto fumo e poco arrosto, per questo come per molti altri concorsi.

Nello specifico caso di questa gara i problemi sono molteplici: in primo luogo nessuno controlla che chi vota sia davvero stato nel locale votato e che vi sia stato di recente. Sarebbe facile farlo. Basterebbe chiedere uno scontrino, una foto, una localizzazione sui social visibile ai soli organizzatori, ma nulla di tutto ciò viene richiesto. Diventa quindi facile adagiarsi sulla "fama" di certi posti, senza verificare che la qualità non sia



mutata. E ogni anno spunta immancabilmente nella lista qualche locale appena aperto, che 600 scontrini neanche li ha ancora fatti...

Ancora, certi posti vengono fatti visitare dai presunti giudici nella serata d'apertura, appositamente, o in serate particolari con special guest, organizzate solo per far sì che il locale venga votato. Insomma, togliamo anche quest'altro sassolino dalla scarpa: i votanti, anche se anonimi, possono essere per la maggior parte individuati, perché si tratta di persone influenti e quindi conosciute nell'ambiente, che spesso vengono addirittura annunciate da agenzie varie che si occupano della promozione del famoso concorso. Chi è interessato a comparire in questa classifica, come

in altre, farà di tutto per accaparrarsi la loro benevolenza. A dimostrazione di ciò mi è capitato molte volte di parlare con clienti veri, che seguendo fiduciosi le liste si sono trovati catapultati in pseudo discoteche o posti dove l'ospitalità, la qualità, l'originalità e l'eccellenza dell'offerta erano distanti anni luce da quello che dovrebbe essere lo standard di un locale di alto livello.

Altro problema sono poi gli sponsor. Per quanto venga dichiarata ad ogni piè sospinto l'indipendenza dei concorsi, è chiaro che c'è un qualcuno che paga i conti, che un locale che s'inimica certi brand, in qualsiasi modo lo faccia, deve essere tagliato fuori. Anche su questo versante i casi non sono mancati, alcuni eclatanti. Così, alcuni bar che davvero la-

DRINK RESPONSIBLY & RIDE SAFELY



#bikesharing

AMARO
DEL CICLISTA

Tutto un altro giro.

📷 @AMARODELCICLISTA

L'APERITIVO DI PETRUS BOONEKAMP. FIGLIO D'ARTE.



BLOOD TIES

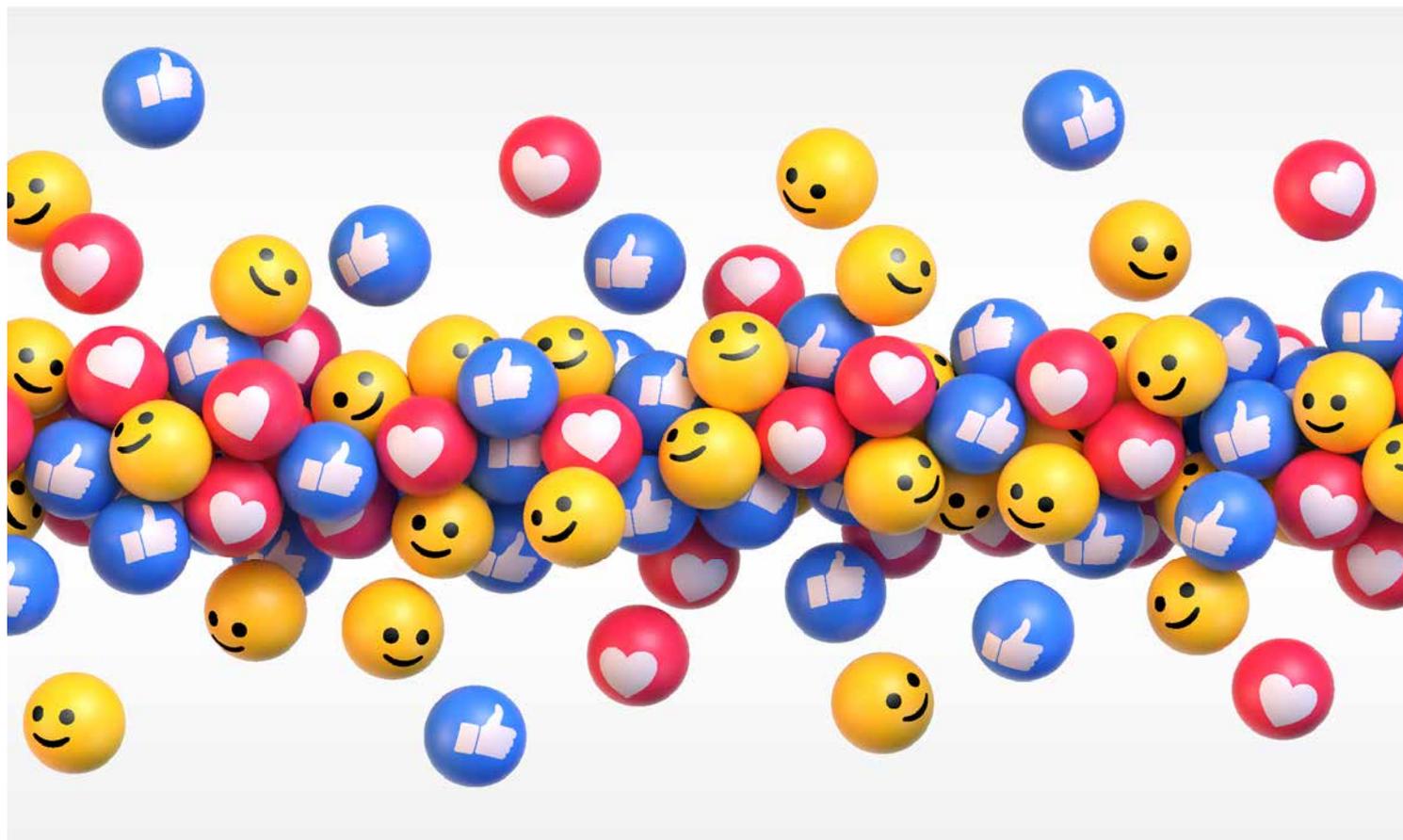
Blood Bitter Boonekamp 30 ml
Emporia Gin 30 ml
Vermouth rosso 30 ml
1 bar spoon Liquorice
1 spruzzo di ginger beer
Dec: zenzero essiccato

L'aperitivo all'uso d'Olanda creato dal grande liquorista Petrus Boonekamp rivive in **Blood Bitter**.
Un bitter dal gusto aromatico e sensuale, ottenuto dall'infusione e distillazione di circa 30 erbe
e spezie provenienti da tutto il mondo.

petrusbk.com

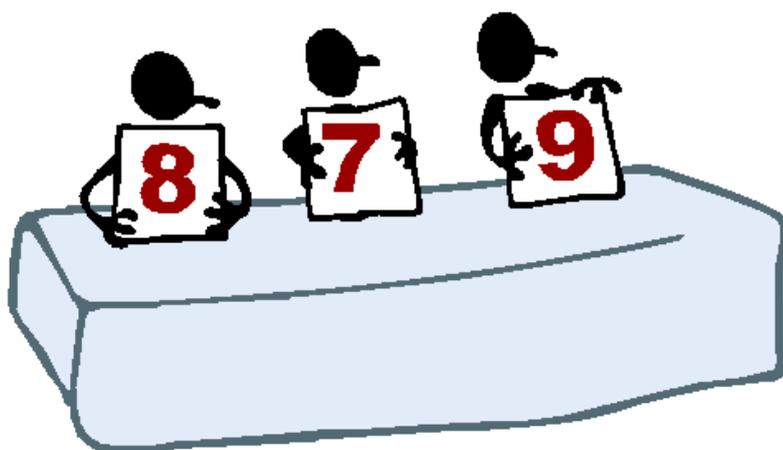


BLOOD BITTER
DUTCH RED APERITIF
P. Boonekamp



vorano in modo eccellente non sono mai entrati in lista, nonostante siano conosciuti e molto apprezzati dai loro clienti.

Vieni da chiedersi perché questi giudici avventurosi e sprezzanti di ogni giudizio altrui, che a quanto pare viaggiano su e giù per il mondo riuscendo ad addentrarsi in ogni giungla, comprese zone chiuse da quasi due anni per la pandemia, non abbiano avuto il tempo di visitare posti fantastici, che da qualche anno si distinguono per la qualità totale espressa, come ad esempio uno dei migliori bar italiani e del mondo, almeno a mio personale giudizio, con una devastante selezione di spirits, servizio da ristorante stellato, drink eccelsi, davanti ad un piccolo porto turistico di una località di mare romagnola, che dovrebbe essere in cima ad ogni classifica del mondo. Oppure, per non restare in Italia,



quel piccolo bar sull'isola di Kos, in Grecia, organizzatissimo e con del personale molto preparato e gentile, capace di servire in pochissimo tempo mille drink perfetti, originali e di altissima qualità.

Certamente Amleto vedrebbe del marcio... qualora riusciste ad andare in Giappone, in Cina o in Australia, praticamente luoghi inespugnabili a causa



del lockdown, e non siate capaci di raggiungere la provincia di Ravenna o una collegatissima e turistica isoletta della Grecia... Ma si sa che Amleto vedeva marcio ovunque!

Va comunque detto che in quella lista ci sono anche ottimi bar. Locali “sinceri” che lavorano sodo e bene, senza dover niente a nessuno. Come i pessimi locali rimangono tali anche se vengono segnalati tra i migliori al mondo, così questi ultimi sarebbero degli ottimi locali anche senza stare in quelle liste, ed è da capire se davvero alla loro clientela, che li ama e li segue da sempre, interessa davvero che siano citati.

Se conquistare certi posti al sole significa impiegare la maggior parte del tempo a rendersi amici giudici e influencer, a scambiarsi i voti grazie a inviti reciproci a guest bartending, che non interessano realmente a nessuno se non ai social media manager e ai brand, a stare sui social e a partecipare a qualsi-

asi tipo di evento sul mondo del bar solo per visibilità, piuttosto che impiegare lo stesso tempo a fare l'unica cosa che dovrebbe rendere “di valore” un bar, vale a dire offrire un'ottima esperienza globale al proprio cliente generando profitti per il bar stesso, forse è ora di cominciare a rivedere le proprie priorità. E ricominciare a celebrare il successo vero e non quello fasullo fatto di foto sgargianti, sorrisi finti e bar mediocri, ma “intoccabili”.

Alcuni locali hanno già preso una posizione forte: si sono sganciati da queste logiche, preferendo essere individuati dai propri clienti come posti piacevoli, dove si bevono ottimi drink anche se non presenti in nessuna classifica. Meglio essere quel posto di cui non si scorda il nome perché non delude mai e campa cent'anni, piuttosto che il posto osannato da blogger e simili che non hanno la minima idea di cosa sia la vera eccellenza che andrebbe raccontata.

Bastian Contrario



ma il
FRAGRANTE
ve lo
porto io!

BERE RESPONSABILMENTE



UN NUOVO ARRIVO
IN TUTTA ITALIA
GRAZIE A
GHILARDI SELEZIONI



SFIDA A MERCATO SAN SEVERINO

Vince Antonio Aumenta con un drink
in ricordo di Luciano De Crescenzo

DI GIULIA ARSELLI

Era il 1880 circa quando sulla deliziosa Isola di Ischia i componenti della famiglia Russo decisero di impegnarsi nella produzione artigianale di distillati e liquori con un piccolo impianto. Nacque così il primo nucleo dell'Antica Distilleria Russo. Due decenni dopo avvenne il primo di una serie di trasferimenti che comunque non avrebbero mai tradito il forte radicamento in terra campana.

Venti anni dopo il laboratorio fu trasferito per un breve periodo a Pomigliano d'Arco (Napoli), prima che Antonio, bisnonno degli attuali conduttori dell'azienda, trasferisse l'attività a Nocera Superiore. Qui, nel quartiere Materdomini, sorse una delle prime distillerie del sud Italia, fiore all'occhiello sia per dimensione che tecnologia, improntata prettamente alla produzione di alcool.

Il salto di qualità, a livello industriale,





avviene nel 1936 ad opera del dottor Vincenzo Russo figlio del fondatore Antonio. Vincenzo Russo costituì una nuova società e dette uno slancio modernizzatore all'azienda.

L'inizio della Seconda guerra mondiale rallentò notevolmente la produzione. Questa riprese un buon ritmo nel 1943, con la produzione di tipici liquori locali. Tuttavia il rallentamento dell'attività non fermò l'intraprendenza dei Russo. Sul terreno retrostante l'abitazione di famiglia vi era il laboratorio. Al suo interno fu creato un bar con annessa distilleria, non propriamente legale, per continuare a distillare e servire i clienti. Questi erano in gran parte militari delle forze alleate e truppe slave. Subito dopo la guerra questo laboratorio/distilleria clandestino fu dismesso e usato come magazzino per le vinacce.

Oggi la Distilleria Russo è locata a Mercato San Severino (Salerno) ed è proiettata nel futuro con un nuovo progetto: Bespoke Distillery, uno studio creativo



TAVRVS®

— THE FIRST ITALIAN BLACK GIN —

Distribuito in esclusiva in Italia da J.GASCO srl - Bevi TAVRVS GIN responsabilmente



No.3
 DISTILLED IN HOLLAND
 TO A PROPRIETARY RECIPE CREATED BY
 BERRY BROS & RUDD

ACHIEVING THE PERFECT BALANCE OF
JUNIPER - CITRUS - SPICE
 THE ULTIMATE GIN AND TONIC COCKTAIL

RECIPED BY METICULOUSLY
 No.3 52% ALC/VOL
 100% GRAIN NEUTRAL SPIRITS
 DISTILLED IN A
 100% YEAR OLD
 BRICK BAKED,
 COPPER POT STILL

No.3 GIN
 is made on the
 Madder Street
 and Dr. David
 Clutton's
 made in Holland
 We open our
 London distillery
 which has the
 unique No.3
 flavour. 2011
 The most
 distillery in
 unique No.3
 copper pot
 original
 World's
 of the world's
 preservation
 has been
 No.3. The
 for the
 or close,
 can just

LONDON DRY GIN
 700 ML e No.3 ST JAMES'S STREET, LONDON ALC. 45% VOL

The Art of Perfection

No.3 Gin, frozen and magnified 40X under the microscope
 Created with Dr. David Clutton (PhD in gin) and a team of experts

Look closer. You'll see passion and precision in every drop.
 The most refreshing balance of three flavours: Juniper, Citrus, Spice.
 Our picture of perfection – a gin that's refreshing in taste and classic at heart.
 The critics have called No.3 the best in the world (four times)*.
 We call it a work of art.

*International Spirits Challenge 2012, 2013, 2015, 2019 World's Best Gin, Trophy Winners, First Gin to win Supreme Champion Spirit, 2019

Discover gin, just as it should be. no3gin.com



imported and distributed by



pallini.com



COMPETITION
IN ALTO,
ALESSANDRO
MELIS.
A SINISTRA, UN
MOMENTO
DELLA
GIORNATA.

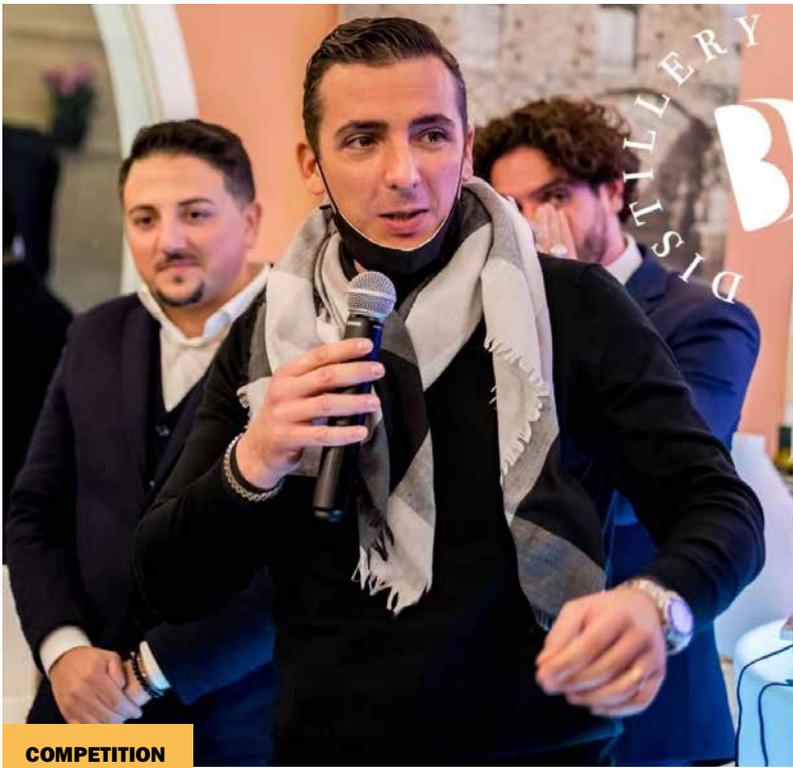


focalizzato su ricerca, sperimentazione e consulenza per nuovi prodotti destinati alla mixology. Questa moderna evoluzione di Antica Distilleria Russo guarda al futuro coniugando conoscenza e innovazione che si influenzano vicendevolmente.

Il progetto Bespoke nasce dall'incontro tra Vincenzo Russo, proprietario della distilleria e Flavio Esposito, bartender. Tra i progetti realizzati da Bespoke Distillery

rientra Aqva di Gin, una collezione di Gin ispirata al mondo dei profumi e alla piramide olfattiva usata per percepire le sensazioni che ogni fragranza suscita. Aqva di Gin si presenta in tre versioni, Agrumata, Speziata e Floreale, ideate per una miscelazione che mira alla personalizzazione del gusto in base ai diversi stati emozionali.

Altro prodotto nato dalla creatività di



COMPETITION

SOPRA, DANIELE PONS DI ONESTI GROUP. IN BASSO, TANIA RICCIO BRAND AMBASSADOR BESPOKE DISTILLERY. NELLA FOTO AL CENTRO PAGINE, IN PRIMO PIANO A DESTRA, VINCENZO RUSSO, IN GIURIA PER DISTILLERIA RUSSO E BESPOKE DISTILLERY.



Bespoke Distillery è il Vermut Sospeso al Caffè. La tradizione piemontese del Vermut e il tradizionale rituale napoletano del caffè si sposano in questa ricetta. Vermut Sospeso può essere definito un prodotto classico ma anche inedito perché molto contemporaneo, nel quale l'essenza di un caffè selezionato incontra

il vino aromatizzato e fortificato a 18° creando una unione unica.

Nella storica distilleria di Mercato San Severino (SA) si è svolta, nello scorso mese di dicembre, la settima edizione della BarTales Cocktail Competition, l'happening annuale che la nostra rivista organizza per i suoi follower e che quest'anno



è stata titolata 2020-2021 essendo l'edizione del 2020 poi rimandata a causa dell'emergenza sanitaria.

La tradizione di Antica Distilleria Russo e l'innovazione di Bespoke Distillery sono state la base sulla quale ventiquattro bartender selezionati e provenienti da tutta Italia si sono confrontati tra loro in un mix di tecnica, gusto e presentazione.

Il tema dell'edizione di quest'anno è stato dedicato a Luciano De Crescenzo, scrittore celebre, la cui vita e le opere sono state scandagliate dai concorrenti per condensarle in una ricetta da presentare a una giuria altamente qualificata e composta da bartender di elevato profilo nazionale come Alex Frezza, Flavio Angiolillo, Mario Farulla e, in rappresentanza di Distilleria Russo e Bespoke Distillery, Vincenzo Russo. La giuria si è occupata dell'aspetto tecnico e organolettico del-



le ricette, una seconda giuria composta dal gioielliere creativo Mario D'Amato e dall'art director di BarTales Magazine, Cinzia Marotta, hanno giudicato comunicazione, presentazione e stile dei concorrenti.

La BarTales Cocktail Competition contempla un contenuto educativo e profes-

COMPETITION
LA GIURIA
ALL'OPERA.
NELLA FOTO AL
CENTRO, DA
SINISTRA:
FLAVIO
ANGIOLILLO E
ALEX FREZZA.
QUI SOPRA, DA
SINISTRA:
MARIO
D'AMATO,
MARIO
FARULLA,
CINZIA
MAROTTA.



COMPETITION

IN ALTO, I CONCORRENTI. QUI SOPRA, FLAVIO ESPOSITO, VINCENZO RUSSO, ANTONIO AUMENTA 1° CLASSIFICATO, MARIO D'AMATO.

sionale che nell'occasione era la visita alla linea produttiva della distilleria e un educational sui prodotti di Bespoke Distillery, che hanno preceduto la cocktail competition la cui presentazione era stata affidata ad Alex Melis. Da regolamento i bartender concorrenti erano tenuti a utilizzare uno a scelta o in combo, i prodotti Vermut Sospeso e Aqva di Gin.

Molto ricercata la presentazione delle ricette le quali presentavano quasi tutte ingredienti espressione del territorio campano, con incursioni nella gastronomia locale dalla quale sono state estrapolate tecniche di esecuzione e ulteriore ispirazione che hanno originato molte preparazioni homemade.

Provenienti da nove diverse regioni italiane con una folta rappresentanza campana i bartender hanno dato sfoggio della conoscenza appresa sul celebre filosofo e scrittore campano con aneddoti e considerazioni sulla sua vita.

La valutazione circa la presentazione e comunicazione della ricetta è stata riconosciuta con un premio particolare messo a disposizione da "I Am Bartender", il brand di gioielleria tematica dedicata al bartendig di Mario D'Amato.

Tra i concorrenti, più e meno esperti, palpabili emozione e tensione alimentate dal folto pubblico che ha presenziato all'evento e dall'autorevolezza della giuria.

— RON —
Malteco
SUAVE DE PANAMÁ

*The Excellence
of an Intense Pleasure*



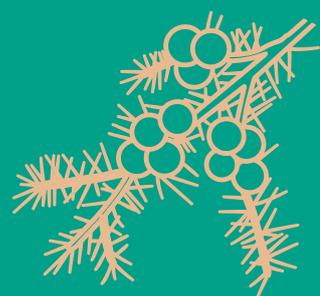
BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

*Discover
our entire
range*



www.saviotrading.it





PIÙCINQUE

[GIN DISTILLATO IN ITALIA]



BEVI RESPONSABILMENTE



Le premiazioni si sono svolte presso il cocktail bar “Cinquanta – Spirito Italiano” di Pagani (SA) e hanno coinvolto tutti i concorrenti con un riconoscimento di partecipazione.

Un premio extra per la creatività espressa è stato assegnato dalla giuria a Amerigo Baldassarra del cocktail bar “Sciuscià” di Sora (FR). Terzo classificato il pugliese Giuseppe Melillo di “La Cave dela Presse” di Bari. Il primo e il secondo classificato sono stati Antonio Aumenta e Mino Faravolo che hanno giocato quasi in casa provenendo rispettivamente da Sala Consilina (SA) e Nola (NA).

Pur avendo vinto il premio speciale per Presentazione & Comunicazione, Mino Faravolo ha realizzato lo stesso punteggio di Antonio Aumenta, motivo per cui, come da regolamento, è stato usato il punteggio del gusto del drink come discriminante di spareggio. Questo ha premiato il napoletano Antonio Aumenta che si è laureato campione di questa edizione



della BarTales Competition, primo campano a vincerla.

Archiviata anche questa edizione, la prossima BarTales probabilmente si svolgerà ancora più a Sud, in Calabria, altra terra di antiche tradizioni liquoristiche che tanto pregio danno alla spirit industry di questo Paese.

Giulia Arselli

COMPETITION

IN ALTO, PRIMI
TRE
CLASSIFICATI,
DA SINISTRA:
MINO
FARAVOLO,
ANTONIO
AUMENTA,
GIUSEPPE
MILILLO.
QUI SOPRA, AL
CENTRO DA
SINISTRA,
NATALE
PALMIERI E
ALFONSO
CALIFANO DI
CINQUANTA
SPIRITO
ITALIANO.





I CONCORRENTI

ACQUAVIVA LUCA - ANDRIA (BT)

ATTIANESE UGO - NOCERA INFERIORE (SA)

AUMENTA ANTONIO - SALA CONSILINA (SA)

BALDASSARRA AMERIGO - SORA (FR)

CALCE LUIGI - NAPOLI

CASSAN MATTEO - SALZAN (VE)

CATUCCI VITO - GIOIA DEL COLLE (BA)

CURCIO GIOVANNI - SALERNO

D'AURIA ANTONIO - SALERNO

DE GENNARO CHRISTIAN - CAPACCIO (SA)

FARAVOLO MINO - NOLA (NA)

FUSCO GIOVANNI - SORA

GIRALDO ANDREA - MILANO

MELILLO MATTIA - AVELLINO

MERELLO SEAN - GENOVA

MILILLO GIUSEPPE - BARI

MORRA LEONARDO - NOLA (NA)

NOCERA FRANCESCO - CASTELLAMARE DI STABIA (NA)

PASCIUCCO VINCENZO - STIGLIANO (MT)

PELLICONE GIUSEPPE ALBERTO - REGGIO CALABRIA

RUSSO PASQUALE - AVERSA (NA)

SERPE GIUSEPPE - SALERNO

SIRIGNANO PELLEGRINO - NAPOLI

ZAPPONE MASSIMILIANO - ROMA



VINCITORI

PRIMI 3 CLASSIFICATI. DA SINISTRA: MINO FARAVOLO, ANTONIO AUMENTA, GIUSEPPE MILILLO. IN ALTO A DESTRA IL DRINK PRIMO CLASSIFICATO, SOTTO DA SINISTRA, I DRINK SECONDO E TERZO CLASSIFICATO.



LE RICETTE VINCENTI

1° CLASSIFICATO

Antonio Aumenta
Lux Cocktail Lab
Sala Consilina (SA)
TIMELESS

INGREDIENTI

- 50 ml Aqva di Gin speziata
- 60 ml cordiale di carote hm
- 10 ml soluzione acida
- 7/8 dash Vermut Sospeso

Tecnica: build.

Bicchiere: tumbler basso.

Guarnizione: chips di carota al caffè.

2° CLASSIFICATO

Mino Faravolo
Suite 102
Nola (NA)
VOCE DI NAPOLI

INGREDIENTI

- 40 ml Aqva di Gin Speziata
- 10 ml Limoncello Russo
- 10 ml Liquore di fragoline di bosco
- 15 ml sciroppo di rosa
- 15 ml succo di limone

Tecnica: shake & strain.

Bicchiere: coppa Martini.

Guarnizione: meringa, fiori eduli, profumo.

3° CLASSIFICATO

Giuseppe Milill
Cave de la Presse – Bari
LA SCALETTA

INGREDIENTI

- 30 ml Famouse Grouse Scotch Whisky
- 30 ml Vermut Sospeso
- 50 ml cordiale di babà hm
- 3 gocce di Ouzo

Tecnica: shake & strain.

Bicchiere: mug.

Guarnizione: aneto.



INNOVATIVE
BAR TOOLS



INNOVATIVE
BAR TOOLS

The hand-worked steel created by master craftsmen merges with an innovative idea that makes every single piece unique and exclusive.

The first Bar tools line 100%
Made in Italy designed and
created by

Bruno Vanzan



INNOVATIVE
BAR TOOLS



www.brunovanzan.com



MAS AGAVE PREMIUM HARD SELTZER

Mike Stevens e Dave Engbers avevano entrambi un lavoro stabile quando decisero di inseguire i propri sogni e aprire un birrificio. Questo progetto significava abbandonare una condizione di sicurezza e stipulare prestiti importanti.

Mike Stevens e Dave Engbers fondarono Founders Brewing Co nel 1997 a Grand Rapids in Michigan. Dopo uno start incerto e difficile dal punto di vista finanziario, i due fondatori iniziarono a produrre le birre che più amavano

adottando la filosofia “Brewed for Us”. Questo passo fu un punto di svolta per i fondatori. Il loro obiettivo era produrre nuovi tipi di birre, complesse e saporite con aromi intensi e grande corpo, per divenire l'avanguardia di un movimento birraio innovativo, quasi estremo e radicale.

Nel 2002 comparve KBS, birra invecchiata in botti ex-Bourbon, servita alla spina e dal 2003 imbottigliata. Il successo di KBS accese la popolarità di Mike e Dave e del loro progetto. Nel 2009 la



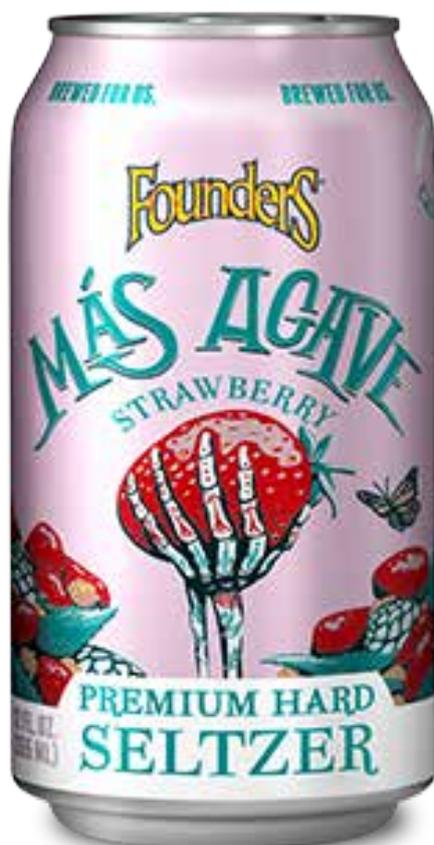
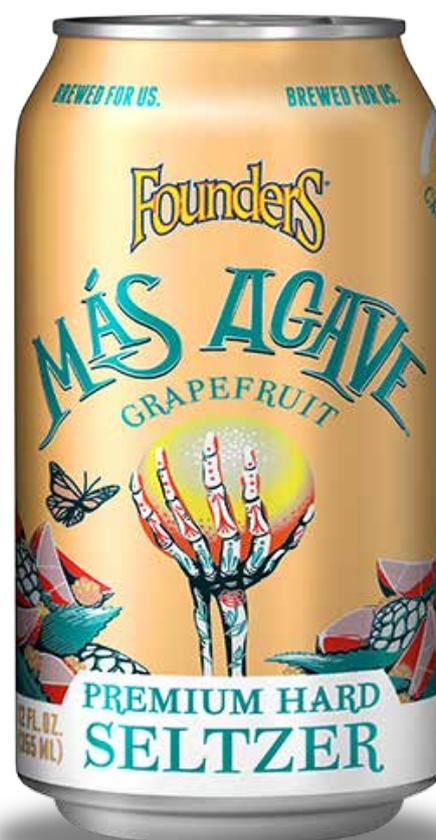
prima birra All Day IPA. Da allora una continua espansione sui mercati, partnership importanti e continui investimenti hanno portato Founders Brewing Co a essere uno dei birrifici più apprezzati negli USA. Quindi il lancio della premium lager Solid Gold e poi la linea Mas Agave, Imperial Gose in tre referenze: lime, pompelmo e fico d'India.

La voglia di esplorare nuovi orizzonti ha portato Founders Brewing Co ancora una volta a sperimentare al di là della birra e a lanciare la sua prima linea di Hard Seltzer. Una vera svolta per lo storico birrificio americano. Creatività, gusto e innovazione. Questa la chiave che ha spinto Founders a lanciare la linea Más Agave Premium Hard Seltzer, nata quasi per caso dopo aver assaggiato una Más Agave che era stata "alleggerita" con del semplice seltz. Il gusto sorprendente e

rinfrescante di questo drink ha subito conquistato tutti e così è nata questa linea, creata utilizzando solo ingredienti premium: nettare di agave blu biologico, zucchero di canna, frutta e un pizzico di sale marino.

Tre i diversi gusti, davvero audaci e rinfrescanti: lime, fragola e pompelmo, con solo 4,5% Alc. e 110 calorie. Il nome è stato scelto per richiamare una delle recenti release tra le Barrel Aged di casa, la Más Agave appunto, una Imperial Gose con lime e agave.

Importati da Brewrise di Padova, l'azienda ha deciso di far conoscere anche in Italia questa linea premium che si andrà ad affiancare alle altre proposte per questa nuova categoria di bibite alcoliche, con l'idea di soddisfare le esigenze anche di chi cerca una nuova esperienza nel gusto.



Founders è conosciuto per avere sviluppato e realizzato birre uniche e sorprendenti, cogliendo sempre nuove opportunità, non prive di sfide, ma potendo contare su una lunga tradizione birraria, mantenendo la propria unicità e perfezionando il processo produttivo. Gli hard seltzer rispondono alle esigenze dei consumatori alla ricerca di bevande alcoliche dissetanti, ma allo stesso tempo gustose, con un basso contenuto calorico e con pochi zuccheri.

Questa nuova categoria sta avendo una rapida ascesa negli Stati Uniti e sta riscontrando un interesse sempre più crescente anche nel nostro Paese. Más Agave Premium Hard Seltzer rappresenta sicuramente qualcosa di diverso rispetto a quello che Founders ha fatto finora, ma con questa proposta il birrifico ha dimostrato, ancora una volta, di

刻の香

TOKINOKA

IL PROFUMO DEL TEMPO

Per Tokinoka, il tempo è un valore fondamentale. Creato in Giappone, nella prima distilleria di Whisky, dal 1919 fonde artigianalità, sapienza e attenzione ai dettagli. Allo stesso modo, la sua nuova veste trae ispirazione dalle millenarie tecniche giapponesi di lavorazione della carta e unisce modernità e tradizione.





ANCIENNE PHARMACIE

QUALITÀ AL SERVIZIO
DELLA CREATIVITÀ

Mixology Selection

MÁS AGAVE

PREMIUM HARD SELTZER

saper sfruttare tutta la conoscenza e l'esperienza per un risultato davvero unico, con solo ingredienti di prima qualità.

«È sempre elettrizzante lanciare una nuova birra, ma lo è ancora di più quando ci si avventura verso nuovi orizzonti», queste le parole di Mike Stevens, CEO e co-fondatore di Founders.

«La crescita di questa categoria è stata a dir poco sorprendente, e noi ne siamo rimasti incuriositi fin da subito. Sapevamo che se avessimo lanciato un nostro hard seltzer avrebbe dovuto essere in grado di soddisfare, per gusto e qualità, sia gli intenditori di birra artigianale sia i bevitori di seltzer. Ci siamo presi il tempo necessario per mettere a punto la giusta ricetta e il risultato è stato assolutamente così come ce lo aspettavamo».

Gli fa eco Jeremy Kosmicki, il mastro birraio di casa: «Quando mi hanno det-

to di provare a creare un hard seltzer, il mio obiettivo da subito è stato quello di assicurarmi che fosse il più gustoso di tutti. Ho usato lo stesso approccio già consolidato per birre come Más Agave, che già si prestava a essere miscelata – io stesso la bevo con qualche cubetto di ghiaccio – così è nata l'idea di iniziare da qui e poi è stato un gioco da ragazzi. Abbiamo lavorato per mesi, modificando la ricetta per portarla esattamente dove volevamo. Sono davvero orgoglioso del risultato: un gusto leggero e rinfrescante, ma pieno e senza il retrogusto aspro che a volte si trova negli altri hard seltzer in commercio».

Con il loro aroma deciso e il gusto rinfrescante Mas Agave Premium Hard Seltzer Strawberry, Lime e Grapefruit, trovano una importante applicazione in miscelazione e rappresentano una rinfrescante incursione nel futuro.

BERE BENE AL TOP

“SAPEREBERE COMPLETE EDITION”

FULVIO PICCININO – GRAPHOT – SPOON RIVER EDITRICE – PAGG 465 – EURO 32,00

Dopo 10 anni finalmente è arrivata l'edizione speciale. Ampliata e aggiornata, veste grafica elegante con cover cartonata, dettaglio prestigioso per questo libro che celebra una lunga ricerca continuamente aggiornata. “Saperebere Complete Edition” è l'ultimo lavoro di Fulvio Piccinino, l'upgrade del manuale e del sito omonimi che hanno accompagnato molti bartender durante la loro formazione professionale.

Fulvio Piccinino ha arricchito quello che era un vademecum essenziale ed economico, con i nuovi disciplinari produttivi, con ricette di cocktail che si evolvono, nuove scoperte storiche e, molto intelligentemente, con i suggerimenti dei lettori.

L'autore attraversa il bartending parlando di fermentati, distillati, liquori e vini aromatizzati, illustra le loro storie e i processi di produzione, gli uomini dietro i successi di molti prodotti, i loro aneddoti.

Questa edizione è arricchita da molte utili foto, molto interessante il capitolo che presenta storia e fondamenti fisici della distillazione. Il capitolo riguardante la mixology esamina tutte le ere del cocktail e i contesti che le hanno caratterizzate, i drink classici e contemporanei sono presentati con la loro genesi. Anche l'indice è molto ben organizzato, aspetto che torna utile per una consultazione veloce e mirata.



“Saperebere Complete Edition” mantiene quella facilità di lettura che secondo noi è stata la chiave del successo delle precedenti edizioni del libro. La bibliografia che accompagna il lavoro è molto vasta e completa, sia quella cartacea che quella web. Riteniamo che l'ultima edizione di “Saperebere” mantenga quella intelligente linea di manuale merceologico utile per tutti in ogni momento. Per questo motivo riteniamo che sia un libro indispensabile che debba trovare posto nella biblioteca professionale di ogni appassionato, più o meno esperto, addetto ai lavori o meno. Sicuramente un interessante e intelligente regalo.

Alessandro Palanca



—
PURO
DISTILLATO
DI 34 ERBE
—



READY TO BE SHAKEN