

# Bartales

## France

N. 2 | JUILLET 2021

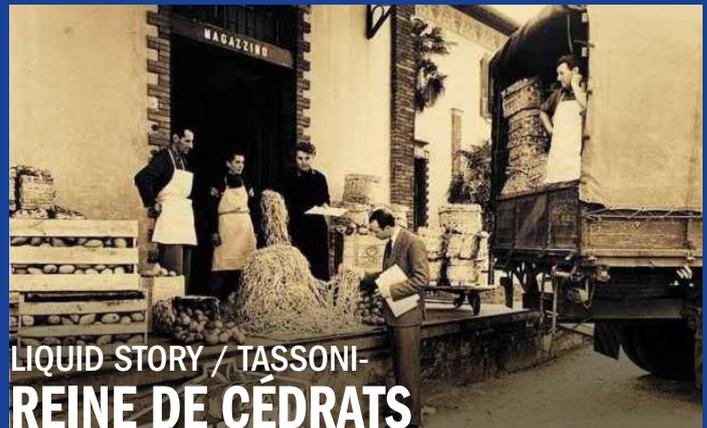
SUPPLÉMENT DE BARTALES



**FACE TO FACE / PASSÉ ET FUTUR-  
UNIS ET INDÉPENDANTS**



**REPORT / SAVEURS ANCIENNES-  
LES POUILLES À BOIRE**



**LIQUID STORY / TASSONI-  
REINE DE CÉDRATS**



**LIQUID STORY / LIMONCELLO-  
CITRON, ALCOOL, SUCRE: UNE RECETTE POUR CHAQUE FAMILLE**

Vermouth & Spirits  
**DEL PROFESSORE**

ITALIAN HERITAGE



DRINK RESPONSIBLY

## *Americano Del Professore*

4 cl Vermouth Rosso Del Professore • 4 cl Bitter Del Professore • Soda to taste

*Put the soda first in an Old Fashion glass full of ice, add the Vermouth and the Bitter, quick stir and garnish with orange and lemon zest.*

[delprofessore.it](http://delprofessore.it)

# HORS DU COMMUN

Il existe un endroit, à quelques kilomètres d'Ostuni, immergé dans une mer verte d'immenses oliviers centenaires. Une petite maison blanche où brille la pierre de Lecce et le bleu d'une petite piscine transparente au soleil. C'est là que je m'échappe dès que je peux. C'est mon refuge. Mes vacances à quelques minutes d'une mer bleue qui ressemble à une réserve. C'est ça les Pouilles: terre enchantée de mer et douces collines qui semblent sans fin. Un écrin d'histoire et de traditions, chaque fois surprenant. Il doit y avoir une raison si les Anglais, les Français et les Belges l'ont choisi, désormais depuis quelques années, comme leur destination touristique préférée dans le *Bel Paese*. Si les prévisions de croissance pour cet été tablent sur une augmentation proche de quatre-vingts pour cent. Si en Salento, les structures d'accueil sont déjà toutes occupées. Mer, soleil, histoire. Et saveurs qui sont non seulement celles d'une gastronomie qui fait de la simplicité authentique des matières premières le point d'excellence, mais surtout celles déposées par une sagesse ancienne et noble. Il ne sera donc pas surprenant de lire que la première liqueur commercialisée dans le sud de l'Italie est des Pouilles. Que les distillats et les *rosoli*, héritage d'anciens rituels familiaux, nourrissent la fierté des petites (et nombreuses) liquoristeries artisanales, plus ou moins connues, qui enrichissent l'industrie nationale des spiritueux. C'est une histoire «liquide» qui ne peut être que passionnante. Une histoire italienne. Une parmi tant d'autres, assaisonnée de ténacité et de sacrifice, hors de la clameur médiatique, peut-être moins clinquant, moins glamour, mais qui nous rend encore plus fiers.

Follow us



**BarTales**  
France

N. 2 | JUILLET 2021

DIRECTRICE RESPONSABLE

**Melania Guida**

(melaniaguida@bartales.it)

RÉDACTION

**Fabio Bacchi**

(fabiozacchi@bartales.it)

GRAPHISME

**Cinzia Marotta**

(grafica@bartales.it)

ONT COLLABORÉ

**Giulia Arsellì, Dario D'Avino**

CORRESPONDANT POUR LA FRANCE

**Antonella Paolino**

(antonellapaolino@bartales.it)

TRADUCTION PAR

**TLMG-GROUP – Brescia (BS) Italie**

ÉDITION WEB À LA DILIGENCE DE

**SKILL LAB srl**

(assistenza@s-lab.it)

Inscription. n. 35 du 8/7/2013 Tribunal de Naples  
www.bartales.it

© copyright

**BARTALES - Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite. Toute violation sera poursuivie aux termes de la loi.**

*En cas de revendication du copyright de photos non identifiées, prière de bien vouloir contacter Bartales.*

**BOIRE DE FAÇON RESPONSABLE**



# UNIS ET INDÉPENDANTS

Deux-cents ans d'une histoire importante  
Piero Luxardo: «Nous essayons de mériter  
ce que nous avons hérité»

PAR MELANIA GUIDA

**L**e long du parcours qui, depuis une Venise vide à la limite du poignant, conduit à Torreglia (huit-mille habitants près du Parc des Colli Euganei) Piero Luxardo Franchi, président de Luxar-

do S.p.A., résume en deux mots le sens de la mission de l'entreprise: «Nous essayons de mériter ce que nous avons hérité».

Deux-cents ans après (c'était en 1821) l'héritage a le gout aventureux d'une his-

toire extraordinaire, marquée entre autres par le privilège du brevet octroyé par l'empereur d'Autriche, et liée sans interruption à une seule et unique famille arrivée désormais à la septième génération.

Du Rosolio Maraschino de la marquise Canevari, à l'engagement de Michelangelo puis de Giorgio, à la vision de Nicolò, l'histoire des Luxardo n'est pas uniquement la consolidation de l'excellence italienne en matière de liqueurs, mais surtout une histoire de liens familiaux et d'appartenance qui a le sens profond de la continuité avec le territoire et les générations. «Et qui nous rend fiers et orgueilleux», souligne le président. Au fait, la clé du succès.

À l'occasion du bicentenaire «nous étions prêts avec une série de réjouissances. Ce n'est pas grave, nous les repousserons dès qu'il sera possible de les faire en toute sécurité».

Faisons le point: quel est le bilan de la situation actuelle? «Le marché italien compte un tiers de celui mondial et franchement ça va très mal. Ce qui tient assez est le segment du sucré. Comprendons-nous bien, la différence, en positif, ce sont les supermarchés et les boulangeries qui l'ont faite».

Que se passe-t-il dans le reste du monde? «Dans les pays à monopole étatique, au Canada et en Norvège par exemple, le problème n'existe pas. Au contraire, nous enregistrons une hausse significative. Les États-Unis depuis peu de temps sont repartis à fond. Le problème reste la vieille Europe qui, malheureusement, est dans la même situation que l'Italie».

Vous pensez que l'industrie de secteur doit changer les stratégies pour affronter un avenir qui se présente du moins incertain? «En ce qui concerne le profil de la



**PRODUCTEURS**  
CI-DESSUS,  
PIERO  
LUXARDO. EN  
OUVERTURE, LA  
FAMILLE DANS  
L'ENTREPRISE.

distribution, je pense que oui. Nous l'avons vu, par exemple, avec le boom des ventes en ligne. Amazon et Alibaba ont dominé jusqu'à ce que les gens sont restés bloqués sur leur canapé, proie de «l'amazone».

Sur la poussée du groupe Spiriti (spiritueux) de Federvini, la demande de réduction des accises sur les apéritifs, les distillats et vermouths et l'abolition de la



Vermouth & Spirits

# DEL PROFESSORE



ITALIAN HERITAGE



*The Fighting Bear*

London Dry Gin

*Distilled with artisanal care in the green heart of Italy*

Monsieur | à la Madame | Crocodile | Fighting Bear

[delprofessore.it](http://delprofessore.it)



marque d'état, héritage de la bureaucratie de Savoie ont été présentées. Toutefois, ces propositions n'ont pas reçu de réponse. «Tout d'abord, en ce qui concerne l'alcool, la taxe est dix fois supérieure au cout des matières, Micaela Pallini (*présidente du groupe Spiriti de Federvini, ndlr*) fait bien d'insister. C'est une femme extraordinaire. Cependant je crains, pour l'instant, sans de grandes possibilités de succès».

Parlons de taxes. À partir de mars, aux États-Unis, est entrée en vigueur une trêve de quatre mois sur de nombreux produits européens, apéritifs et liqueurs italiens. À quel point cela compte pour Luxardo? «C'est sûrement fondamental pour tout le secteur agroalimentaire: huile, pain, vin et fromages. Également pour notre secteur c'est un signal significatif car la reprise est



**HISTOIRE**  
 CI-DESSUS,  
 FRANCO  
 LUXARDO,  
 SENIOR  
 PARTNER  
 LUXARDO SPA.  
 EN BAS LE  
 TIMBRE QUE  
 POSTE ITALIANE  
 À DÉDIÉ À  
 L'ENTREPRISE.



**LUXARDO**  
PIERO EN  
ENTREPRISE,  
REPRÉSENTE LA  
VIÈME  
GÉNÉRATION  
DE LA FAMILLE.

désormais proche».

Les célébrations pour un anniversaire si important sont uniquement repoussées mais quelque nouveauté est déjà sur le marché. Je pense à Antico, par exemple. «Oui. Il s'agit d'une boisson semblable au Vermouth que nous ne pouvons pas produire à cause d'un règlement. Il s'agit d'un produit obtenu par infusion du jus de marasques, les cerises Luxardo, fait mûrir dans des tonneaux de chêne avec l'ajout d'épices et d'herbes amères. Il rappelle un peu les cerises marasques avec un goût plus intense. Excellent sec et parfait pour jouer le rôle de Vermouth rouge en mixologie».

Puis il y a le timbre avec le logo du bicentenaire, la bouteille empaillée de l'historique Maraschino et le profil de la carte publicitaire Luxardo des années Trente. La série thématique de Poste Italiane (la poste italienne), à tirage limité, uniquement 300 000 unités, émise par le Ministero dello sviluppo economico (Ministère du développement économique) est un hommage à une des «Excellences du système de production et économique». «Une belle satisfaction. Sur 230 demandes de la part des entreprises, Poste en a acceptées uniquement 20. Nous sommes des privilégiés». Chapeau.

**Melania Guida**



DRINK RESPONSIBLY

No mention had been made of it since 1897.

## ROSOLIO di TORINO

*From an historical recipe based on citruses, cinnamon,  
cloves and other selected natural ingredients,  
as per tradition.*

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



# LES POUILLES À BOIRE

Petite histoire liquide d'une région riche en trésors. À découvrir et redécouvrir

PAR FABIO BACCHI

I l s'agit de la région la plus à l'est d'Italie, connue pour sa mer bleue et les merveilleuses plages nichées entre des affleurements qui surplombent les deux mers qui mouillent la côte la plus longue d'Italie.

L'histoire des Pouilles nous est racontée par leurs châteaux, par les tours de garde côtières, par les palais nobiliaires, par des bourgs et des places magnifiques (symboles des dominations qui se succèdent dans les siècles), par des basiliques, des cathédrales et des sanctuaires. Une histoire qui développe ses racines dans les témoignages de l'architecture rurale repré-

sentée par les «masserie» (anciennes maisons coloniales utilisées actuellement, en général, pour la restauration) historiques et par les «trulli» (constructions typiques des Pouilles), comme ceux de Alberobello et de la Vallée d'Itria, mais également représentée par une nature colorée en tout lieu par le soleil, comme dans les parcs nationaux du Gargan et des Murge, dans les fonds des réserves marines des îles Tremiti et de Torre Guaceto. Du Gargan au Salento, en passant par la vallée d'Itria et la côte ionique, le «talon» d'Italie est devenu une des destinations touristiques les plus convoitées et fréquentées au monde.



**POUILLES**  
EN OUVERTURE  
BARI-  
LOCOROTONDO.  
EN HAUT  
ALBEROBELLO.  
CI-DESSUS  
FOGGIA-  
GARGAN.

Une terre d'hospitalité, de vins qui ont conquis les tables les plus raffinées, une gastronomie dans laquelle émergent toujours les saveurs les plus vraies et authentiques de chaque ingrédient. Une terre également riche de distillats et liqueurs qui perpétuent depuis des siècles des traditions et des rituels de famille.

La liqueur la plus ancienne sur le marché de l'Italie du sud vient des Pouilles, les traditionnels «rosoli» (liqueurs typiquement italiennes) issus des fruits de la nature locale sont une spécialité de petites dis-

tilleries qui sont un patrimoine à défendre car elles représentent un ensemble de tradition et expérience sans égaux, de celles que l'on transmet de génération en génération. Il y a également des distillats d'avant-garde qui regardent à l'avenir sans oublier leurs origines. Toutes les régions d'Italie peuvent s'enorgueillir de tout cela et c'est pour cette raison que l'Italie peut être considérée une des plus grandes expressions de liqueurs au monde. C'est également la raison pour laquelle les générations de barmans italiens qui se suc-

# Shaking perspectives



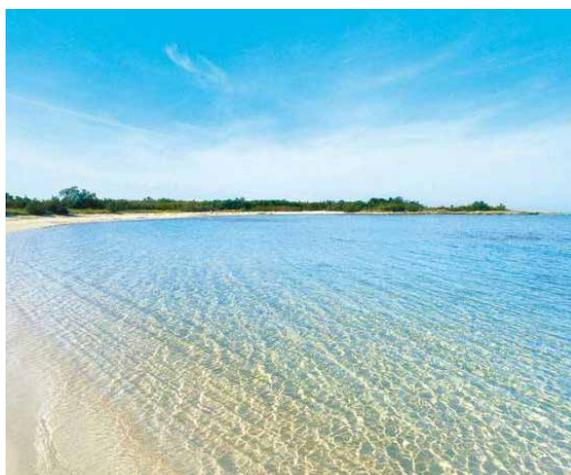
Boire de façon responsable



[gamondi.it](http://gamondi.it)



**GAMONDI**  
1890



cèdent derrière les comptoirs des bars les plus prestigieux au monde développent une maîtrise technique sans égaux. C'est le développement du gout pour la qualité qui devient passion et professionnalisme.

Celle qui suit n'est qu'une petite mais significative représentation de l'histoire liquide de cette région.

Certains de ces trésors liquides sont plus connus, d'autres, peut-être, moins mais justement pour cette raison les «découvrir» sera encore plus passionnant. Ce sont des produits qui méritent d'être présents dans tous les bars car chacun d'entre eux cache une histoire à dévoiler, ancienne, mais chaque fois qu'on la raconte c'est comme la première fois. Nous l'avons déjà fait dans le passé et nous



continuerons à le faire pour cette région et pour le reste d'Italie car BarTales est née pour cela: pour faire connaître les plus belles expressions des producteurs de spiritueux italiens dans le monde entier ; même des plus petits.

**POUILLES**  
 EN HAUT,  
 BRINDISI-  
 OSTUNI. EN  
 BAS À GAUCHE  
 TARENTE, À  
 DROITE LECCE.  
 CI-DESSUS  
 CASTEL DEL  
 MONTE.



## **BORSCHI SAN MARZANO ELISIR RISERVA**

Bien vieillir n'est pas donné à tout le monde et avec ses 181 ans d'histoire Elisir San Marzano Borsci est la liqueur la plus ancienne du sud de l'Italie sur le marché. Le secret de cette liqueur enracinée dans la tradition populaire des Pouilles d'abord, et du reste d'Italie ensuite, est écrit dans sa recette exotique inventée par Giuseppe Borsci en 1840 et transmise de père en fils.

L'histoire de cette liqueur vit ses débuts dans la petite commune de San Marzano di San Giuseppe, dans la province de Tarente. Le liquoriste perfectionna une recette ancienne héritée de ses aïeux d'origine caucasienne et créa ce délicieux amer. L'emballage conserve toujours sa signature sur l'étiquette et se caractérise par un symbole représentant l'aigle impérial, en mémoire de la période passée par la famille Borsci en Albanie: ce symbole

a remplacé deux anciens sphynx.

Au début des années 2000, après une longue période d'évènements tourmentés qui conduisirent l'établissement de Tarente à une lourde crise, le groupe Caffo 1915 décida de racheter la propriété pour sauvegarder l'historicité de la marque. Ayant perçu le potentiel commercial de l'étiquette, il ne fallut au groupe de Calabre que quelques années de gestion attentive et stratégie futée pour donner une nouvelle aube au produit historique et faire réaffleurer dans la mémoire des Italiens le gout unique et la versatilité de l'ingrédient.

Le 180ème anniversaire de Elisir Borsci S. Marzano a été présenté avec une édition réserve commémorative qui redécouvre la recette historique et ses origines. Elisir Borsci S. Marzano Riserva se présente avec une base alcoolisée de 45 degrés, une teneur en alcool qui le rend une liqueur importante, de méditation, ex-



cellente pour une fin de repas, éventuellement accompagnée de chocolat fondant.

L'ingrédient base de la recette d'origine, le Rhum agricole, n'est point une particularité. Par contre, l'origine de Borsci San Marzano qui historiquement naît comme «Rhum San Marzano», elle, l'est. Ce sont les normes qui se sont succédé dans le temps qui l'ont transformé, tout d'abord, en «Elisir de Rhum» et successivement en «Elisir S. Marzano». Il n'est pas impropre d'affirmer que Elisir San Marzano ait été le premier spiced Rhum italien. Le Rhum agricole utilisé dans la recette est vieilli pendant au moins huit ans dans des fûts de chêne. Cette base alcoolisée prestigieuse s'exalte et soutient l'arôme des épices orientales qui le composent parmi lesquelles la cannelle, le cola, la racine de mauby, les cerises desséchées, le café, le cacao et le safran.

C'est ainsi que l'Elisir Borsci S. Mar-

zano Riserva se présente au palais avec un gout plein et aromatique qui le ramène en arrière dans le temps aux sensations d'origine. Elisir Borsci S. Marzano Riserva est certainement un agrément et un hommage à Giuseppe Borsci et à son histoire mais en particulier au regretté Egidio Borsci (4ème génération) qui, comme un véritable capitaine, affronta les années les plus difficiles de l'entreprise en menant la marque dans ce port sûr représenté par le groupe Caffo 1915.

L'emballage de la bouteille est inspiré à celui d'origine dont on conserve différents exemplaires à l'intérieur du musée de la Distillerie fondé par la famille Caffo. Le verre épais, irrégulier et vécu de la bouteille est une citation de l'édition historique, l'étiquette réalisée par le graphic designer Manolito Cortese reprend les deux sphynx de l'étiquette d'origine, les caractères calligraphiques rappellent le caractère exotique de la marque.



## AMARO MAFFEI

Les Murge sont un complexe de reliefs de formations karstiques situés dans la partie centrale des Pouilles. Le terme dériverait du mot latin «murex» qui indique une pierre pointue. Le Parco Nazionale dell'Alta Murgia, institué en 2004, contribue également à rendre encore plus intéressante cette zone des Pouilles. Une étude botanique conduite sur le territoire a recensé presque 1 500 plantes présentes à cet endroit qui représentent environ un quart de celles recensées dans toute l'Italie.

Dans cette richesse végétale se dé-

tache le fenouil sauvage, plante typique du bassin méditerranéen, largement utilisée en cuisine, dans la médecine traditionnelle et dans les liqueurs. De cette plante versatile et intensément aromatique naît Amaro Maffei. Frais, intense et parfumé, Amaro Maffei a comme base une délicate infusion de fenouil sauvage qui relâche dans la liqueur un caractère purifiant et digestif.

Le projet Amaro Maffei naît en 2017 à Gravina (Pouilles), un des plus importants centres des Murge, de Gaspare Maffei et Vincenzo Carlucci avec l'idée de redonner de la valeur aux produits typiques du



territoire. Comme dans toute famille des Pouilles, également les aïeux de la famille Maffei barbotaient avec la production maison de liqueurs ; après différents essais prit vie l'amer tout en restant fidèle et sans rien changer de l'ancienne recette traditionnelle que la famille produisait en quelques dizaines de bouteilles pour les offrir aux amis et à la famille pendant les fêtes de Noël.

Le fenouil sauvage typique de la Murge de la province de Bari, cueilli uniquement pendant deux périodes de l'année, entre décembre et mars, est lentement macéré dans l'alcool pendant environ 30 jours. La forte saveur végétale, fraîche et herbacée de la liqueur est totalement naturelle, obtenue sans l'ajout d'additifs, arômes ou colorants et avec l'utilisation de la plante tout entière. De couleur vert brillant avec des reflets dorés, à l'odorat, Amaro Maffei se présente avec une note franche, fraîche et intense, des épices et d'agrumes que l'on retrouve dans la bouche au niveau du moyen palais. La note chaude alcoolisée

des 42° exalte le corps aromatique de la liqueur qui continue avec un final long et une légère note sapide.

Produit révélation, Amaro Maffei s'est déjà fait connaître à l'étranger en participant à des concours de distillats et de liqueurs. En 2019 il a reçu le titre de meilleure liqueur italienne aux herbes au World Liqueur Awards de Londres, un des concours internationaux les plus prestigieux qui, tous les ans, récompense les excellences mondiales de la production de liqueurs subdivisées en 15 différentes catégories. Dans le même concours, il a reçu un prix pour l'emballage qui s'inspire à la bouteille originale de jadis. La confirmation de la qualité est arrivée avec la médaille d'or dans la catégorie liqueurs au China Wine and Spirits Awards, importante vitrine pour le lancement sur le marché chinois. Extrêmement versatile en mixologie, son gout délicat le rend un ingrédient qui s'est révélé très performant même dans la gastronomie. Servi frais, il exprime au mieux ses particularités.



## LIQUORERIA ESSENTIAE DEL SALENTINO

Un autre brillant exemple d'artisanalité, la Liquoreria Essentiae del Salento née en 2007 de la volonté d'Emanuele De Gaetani dans le but de produire des élixirs typiques du Salento en respectant rigoureusement les recettes traditionnelles et les procédures observées dès les temps les plus anciens. Nous sommes à Ugento, bande de terre qui représente idéalement le talon d'Italie et où se trouve le restaurant de famille. Comme le veut la tradition, on servait aux clients des liqueurs artisanales produites avec les fruits de la plantation d'agrumes de la famille. Les extraits sont produits artisanalement avec des produits frais, sans l'utilisation de conservateurs, de colorants ou d'additifs chimiques. Le cycle des infusions suit la saisonnalité des produits, exclusivement du Salento, cultivés biologiquement et cueillis la veille de la mise en infusion. Ceux-là comprennent tout ce que le maquis méditerranéen offre

naturellement: myrte, arbousier, lentisque, olives, agrumes, artichauts, fenouil sauvage, caroubes, herbes spontanées et aromatiques et bien d'autre encore.

L'épluchure des agrumes est effectuée manuellement, la maturation se fait dans l'obscurité et le filtrage avec un chiffon de lin par chute libre. Il s'agit d'opérations qui rendent le processus de production hautement qualitatif. La capacité de la distillerie tourne autour des 10 000 litres par année avec le traitement de 5 000 kg de matières premières. Les parties non utilisées des fruits sont transformées pour des productions connexes comme la marmelade d'agrumes, la confiture de fruits et de légumes, la décoction de caroubes, amaretti et fruits noyés dans l'eau-de-vie.

La production comprend joliment 14 références d'amers et de liqueurs douces. Dans la ligne Salento nous trouvons des spécialités comme Mennula à base d'amandes amères et de cannelle, Focumene à base de piment habanero, amande



amère et safran en pistils, avec feuilles de laurier et des herbes locales, la liqueur locale aromatique Raulu, avec du fenouil sauvage et d'autres herbes du Salento et le Carosello. Sont très utilisés les agrumes qui donnent origine au «Limoncello Limonia e Limes» avec du citron vert, du gingembre et de la menthe. Dans la ligne Italia, il y a d'autres liqueurs parmi lesquelles Liquore di Mandorla, Liquore di Ulivo, Liquore di Alloro.

Outre la consommation après les repas, froides, ces liqueurs aux combinaisons de saveurs très particulières et recherchées s'exaltent en mixologie avec une note caractéristique très pénétrante. Mais le produit le plus exclusif est très certainement Ulià gin Mediterraneo dans le corps botanique duquel sont renfermées les épices mises en infusion à froid et, particularité du territoire, des feuilles d'olivier, ensuite dilué avec de l'Aloe vera, des tisanes et du miel et fait vieillir 3 ans dans du bois d'olivier. Ce Gin nait de l'inspiration que

Emanuele De Gaetani eut alors qu'il se promenait dans les bois et qu'il cueillait des rameaux de pin et genévrier pour des compositions florales.

Au mois d'avril de l'année passée, Ulià s'est fait connaître par la plâtée internationale en participant au prestigieux «The Gin Guide Awards 2020» de Londres durant lequel sont présentés des centaines de Gin provenant du monde entier, Ulià s'est classé parmi les 6 premiers aged Gin et parmi les 8 premiers pour l'emballage. Couleur acajou, élégant et limpide, les 40° de Ulià s'expriment au palais en reflétant le ton de genévrier, l'amabilité de l'aloë et une note délicate et sapide, équilibré à l'odorat et avec un long final dans lequel émerge la complexité délicate et épicée donnée par dix plantes, persistant avec un retour rétro nasal plaisant. Gin très intéressant en mixologie, il se prête également à une consommation méditative avec de surprenantes possibilités de combinaison avec la nourriture.



## AMARETTO ADRIATICO

Dans le cœur de la Vallée d'Itria, à Putignano, siège du Carnaval le plus ancien du monde, naît Amaretto Adriatico, une liqueur qui, sans affecter la tradition, parvient à renouveler la catégorie avec un caractère moins doux et une note plus florale. Cette particularité le différencie du profil standardisé que désormais tous les Amaretto au monde semblent avoir.

Le concepteur de Amaretto Adriatico (28°) est Jean-Robert Bellanger, déjà gestionnaire italo-français spécialisé en boissons et produits de luxe, lié affectivement aux Pouilles. L'inspiration née de ses souvenirs d'enfance, de la mère italienne qui

préparait son dessert préféré: le tiramisu, avec deux gouttes d'amaretto. Le secret de Amaretto Adriatico est une des typicités régionales les plus iconiques, l'amande des Pouilles.

Connue pour son excellent goût, l'amande «Filippo Cea» est traitée à travers un processus révolutionnaire. L'amande de Toritto (Presidio Slow Food) est composée de différents cultivars autochtones qui portent le nom d'anciennes familles du territoire de Toritto: «Antonio Devito», «Genco» et «Filippo Cea». La plus renommée, outre que la plus répandue, est le cultivar autochtone «Filippo Cea», connue pour la douceur de sa graine et pour les notes aromatiques superlatives.

Cueillies à la main dans la campagne des Pouilles, les amandes utilisées pour Adriatico sont cultivées par la famille De Michele. Elles sont torréfiées pendant longtemps avant d'être macérées et distillées par le biais d'un alambic, puis combinées avec les notes d'une infusion de vanille, cannelle, cacao et une pincée de café. Le sucre de canne est moins utilisé (200 gr/l) par rapport à un Amaretto traditionnel (deux fois moins). Enfin, une pincée de sel provenant de la saline adriatique de Marguerite de Savoie apporte délicatesse et caractérisation unique. L'emballage est extrêmement recherché, un hymne aux Pouilles, à sa mer, à ses couleurs et à ses lieux iconiques, avec les couleurs présentes sur l'étiquette et le logo qui contemple deux symboles emblématiques des Pouilles: le «trullo» de Alberobello et l'amande. La forme cylindrique de la bouteille s'inspire à l'architecture médiévale de Castel del Monte. Tout comme le château, le rapport doré a été utilisé dans le design pour obtenir une ergonomie soi-disant «divine».

L'esprit du volcanique Jean Robert a

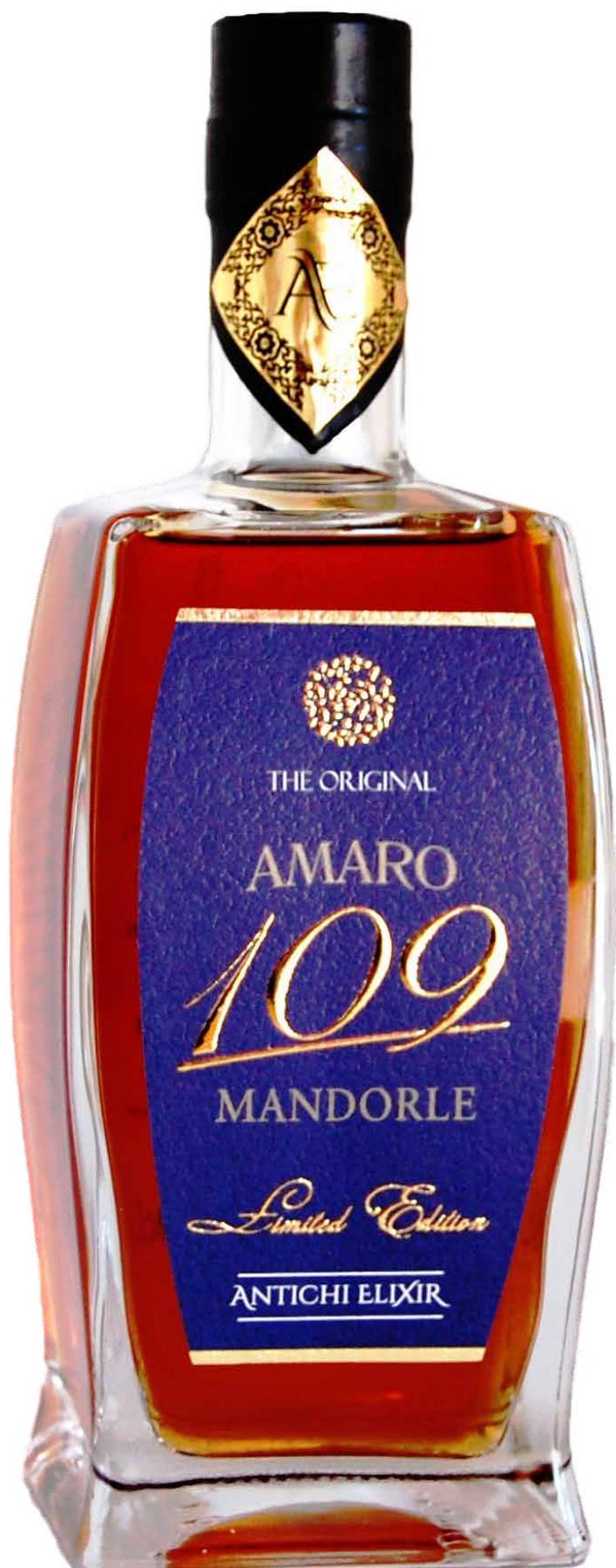


donné naissance à la nouveauté de Amaretto «Bianco-Crushed Amonds» (16°), une variante de Amaretto Adriatico avec des accents soyeux de liqueur au lait d'amandes, non crémeux, obtenu par une haute concentration d'amandes blanches et un arôme de vanille. Amaretto Adriatico a été mis en bouteille pour la première fois en 2019 ; il a déjà reçu un prix aux Sip Awards, à l'IWSC, à la San Francisco Spirits Competition et à la London Spirit du 2020.

Bien que très jeune, Amaretto Adriatico est déjà présent sur les plus importants marchés européens occidentaux et en Asie, Japon et Singapour où il fait bonne figure dans les cocktails bars les plus re-

nommés. Le secret du succès de cet Amaretto est dans sa formule révolutionnaire qui aura bientôt une ultérieure évolution. En effet, cette année sera lancée une version de Amaretto Adriatico laissée affiner à 22 mètres de profondeur dans la mer Adriatique.

La suave complexité de Amaretto Adriatico se perçoit tout de suite lorsqu'il est dégusté pur, mais, contrairement à l'imaginaire collectif sur la catégorie de produit, son gout révolutionnaire est en mesure d'offrir de nouvelles perceptions en mixologie, sans être invasif, en favorisant l'équilibre des ingrédients et en donnant une douceur délicate.



## ANTICHI ELIXIR LIQUORISTERIE ARTISANALE

Posée sur l'Adriatique, dans son histoire Molfetta a vu se succéder helléniques, romains, goths, byzantins, longobards, normands, espagnols et français. Ce fut justement sous la domination normande qu'en l'année 1000 elle devint le port de départ pour les croisades, aujourd'hui elle continue à être un des centres maritimes les plus importants des Pouilles.

Dans cette commune prospère d'environ 60 000 habitants, en 2014, le jeune entrepreneur Alessio Picca Bartolomeo a lancé une petite liquoristerie, Antichi Elixir, dont les mots d'ordre sont artisanalité et tradition. Même celle de Alessio, comme beaucoup d'autres, est une histoire qui se perpétue en enfonçant ses racines dans le patrimoine des anciennes recettes de liqueurs de famille. Ce sont des élixirs qui font un clin d'œil au territoire dont ils sont la sincère expression. Les fruits, les baies et les agrumes traités manuellement pour la production sont exclusivement locaux, cueillis par saison pour respecter le cycle naturel des saisons. Le traitement des matières premières est quotidien avec macérations rigoureusement à froid dans l'alcool buongusto, afin de permettre une extraction lente mais délicate et fructueuse des arômes plus volatiles. La décantation est effectuée avec l'ancienne méthode du chiffon de lin. C'est la nature qui entre dans la bouteille et ensuite dans un verre, ne laissant aucune place aux conservateurs ou aux colorants.

Bien évidemment, vue la grande manualité, la production est naturellement très limitée. Un des fruits que la nature offre à ce territoire est le coing (*Malus Cydonia*). Du nectar de ce fruit fier, cueilli pendant les températures douces du printemps, est

produit un élixir unique et original, Pomus (45°). Cette liqueur digestive aux fruits se présente avec une couleur ambrée sombre, brillante, intense à l'odorat, fraîche avec des tons fruités de la pomme, dans le final des notes de réglisse et une douceur exaltante encore plus appréciée quand servie froide. L'équilibre entre doux et acide se perçoit au mieux dans le final long et persistant. Le nectar de coings se trouve également dans la production de Sud (32°) un amer avec des propriétés tonico-digestives, produit par infusion avec le nectar de coings, des peaux d'agrumes, des racines, des plantes, des fleurs et des épices.

Une autre typicité régionale des Pouilles est l'amande. L'Amaro 109 prend le nom du nombre d'amandes, variété «Filippo Cea», utilisé pour sa production. D'autres ingrédients sont: la racine de gentiane, les peaux d'agrumes, les fleurs et les épices. Connue pour son excellent goût, l'amande de Toritto (Presidio Slow Food) est composée de différents cultivars autochtones qui portent le nom d'anciennes familles du territoire de Toritto: «Antonio Devito», «Genco» et «Filippo Cea». Cette dernière est la plus renommée, outre que la plus répandue, connue pour la douceur de sa graine et pour les notes aromatiques superlatives. Présenté au Concours international de Bruxelles, Amaro 109 (28°) est intense à l'odorat, au palais il a une note douce, de parfums fruités et élégants, des notes délicates d'amandes dans le final.

Un autre élixir fruité est Ako (26°), élégante liqueur à la pomme-grenade obtenue en mélangeant des jus de deux variétés de pomme-grenade, Wonderful, aigre-douce et Ako, très douce. L'embouteillage des liqueurs se fait entièrement à la main, du remplissage à l'étiquetage jusqu'au sceau avec cire à cacheter. Ces élixirs de médit-



ation, excellents digestifs, à combiner à un dessert délicat, s'expriment très bien également en mixologie. Une légère mutation de couleur peut être déterminée par l'essence des additifs, qui garantissent l'extrême naturalité.



## LIQUORISTERIE FIUME

Fiume est une entreprise de Putignano qui depuis plus de 50 ans, dans un petit laboratoire artisanal, produit des liqueurs et des sirops de très haute qualité grâce à la passion et à l'ingéniosité de son fondateur, Vittorio Fiume. Le slogan «Tradizione da Bere» (tradition à boire) raconte parfaitement l'histoire et la mission de Fiume. Les recettes de ses produits sont étudiées et affinées dans le laboratoire de recherche et analyse mais toujours en ligne avec la tradition et l'expérience des maîtres liquoristes.

Le Latte di Mandorla Fiume (lait d'amande), produit encore selon la méthode artisanale et uniquement avec des amandes douces 100% des Pouilles, conjugue habilement la rencontre entre la

tradition et l'innovation. Elisir Dei Trulli est une recette historique, la plus ancienne de la distillerie Fiume. Il se présente avec un gout chaud et velouté, un parfum intense dominé par les notes uniques de chocolat, Rhum, noisette et café qui se fondent dans une harmonie parfaitement exaltée par les 49° de la recette. Au palais, il est velouté et intense avec un final riche en arôme et persistant.

Le succès de la ligne de liqueurs «Essenze di Puglia» (essences des Pouilles) a dépassé les frontières régionales, cela s'explique grâce à la versatilité des liqueurs: excellentes en mixologie mais aussi pures. Dans cette gamme de liqueurs recherchée, se démarquent Licorice (26°) extrait de pur réglisse de Calabre, au parfum intense et à l'arrière-gout agréable et



persistant. Doux et soyeux au palais, Licorice se laisse déguster aussi bien froid qu'à température ambiante.

La tradition veut que le 24 juin, la nuit de Saint Jean, les femmes se rencontrassent sous les arbres de noix pour cueillir les brous encore tendres et verts. De cette cueillette mystique naissait un nectar succulent, aux propriétés tonifiantes, stimulantes et digestives.

Nocino Fiume (40°) est obtenu à partir des brous verts mis en infusion dans l'alcool avec des épices pendant 60 jours. Le résultat est une liqueur intense aux notes chaudes et épicées.

Caffè Fiume (25°) est le résultat d'une infusion de café 100% Arabica sudaméricaine. Moelleux et équilibré, il est obtenu en mettant en infusion alcoolisée le café

pendant deux mois environ.

Cocoa Zen (17°), délicieuse liqueur au chocolat et gingembre. Les propriétés vivifiantes et antioxydantes du chocolat se fondent avec celles toniques et digestives du gingembre.

Diamanda (21°) est la nouvelle liqueur à base de lait d'amande (100% amandes douces des Pouilles) de la même distillerie. Liqueur douce à la note finale légèrement amère qui le rend unique en son genre. Bu bien froid ou avec de la glace, c'est une excellente base pour les cocktails.

Dans cette production riche et diversifiée, nous ne pouvons oublier certains des amers les plus connus de Pouilles comme Amarum, Biliq et Amaro Pugliese incontournables dans les cocktails bar de toute la région.



## LIQUORISTERIE ESSENZE DEL GARGANO

Il n'y a pas d'agrumes sur la côte adriatique sauf sur la montagne qui descend dans la mer, le Gargan. Les agrumes du promontoire sont un exemple historique d'agriculture en harmonie avec la nature et l'environnement qui l'entoure. En outre, les cultivations d'agrumes du Gargan offrent toute l'année des fruits et représentent l'identité culturelle de plusieurs localités: Rodi est le village des citrons, Vico et Ischitella sont les villages des oranges.

Les spécialités sont bien connues: entre avril et mai il y a les Durette, en mai les oranges Bionde, le Melangolo est une orange moyenne-petite, à la couleur rouge intense et luisante, peau très fine, pulpe croquante et gout aigre-doux. Le Femminiello del Gargano peut être cueilli toute l'année et c'est la variété de citron la plus ancienne d'Italie. Il en existe trois typologies.

Vers la fin de 1800, on comptait presque 1 000 hectares cultivés à agrumes mais de ce chiffre il en reste peu aujourd'hui.

Les terrains cultivés avec des fruits sur le Gargan sont appelés «giardini» (jardins), un paysage agraire unique. Ils sont réalisés presque toujours près des maisons patronales, entourés de murets à sec ou de barrières de roseaux pour les protéger des vents et du sel. Dans ces zones, il n'est pas rare de rencontrer des agrumes en vente encore enveloppés dans le typique papier de soie de jadis qui publicisait le producteur. Les communes du Parco Nazionale del Gargano plus intéressées à cette production sont Vico del Gargano, Ischitella et Rodi Garganico.

C'est dans cette réalité qu'en mars 2011 à Vico del Gargano est née l'entreprise «Essenze del Gargano». Son fondateur est un jeune entrepreneur local, Rocco Afferrante, qui décida de poursuivre



les traditions locales en utilisant uniquement les agrumes IGP du territoire traités à la main. En ayant à disposition un terrain de propriété d'environ deux hectares sur lequel prospéraient 400 arbres d'agrumes, il décida de transformer les fruits en quelque chose de bon. Sûrement des liqueurs mais également des marmelades et des conserves de différents types. Toutes les liqueurs produites par ce laboratoire très artisanal sont obtenues par des agrumes sous la tutelle de l'association Slow Food. Essenze del Gargano est une entreprise petite mais tenacement productive, avec une série de rosoli, de digestifs et de liqueurs crémeux remarquables.

Typicité local, Lemonlivo del Gargano est une liqueur digestive obtenue de l'infusion de zestes de «Limone del Gargano

l'g» et de feuilles d'olives avec un toucher de caramel.

Agrumetto del Gargano (21°) est un rosolio d'agrumes qui contient des oranges, citrons et mandarins en infusion dans l'alcool pur.

D'autres rosoli d'agrumes sont Limoncino (30°), fait avec des zestes de citron Femminiello, et Arancino fait avec des zestes d'orange Bionda locale.

Très particulier et au nom singulier est Arsenico del Gargano (21°). Cette liqueur est obtenue par l'infusion de prunes sauvages en alcool et sucre avec l'ajout de rameaux verts à l'intérieur.

Une autre particularité est Amarillo (25°) qui est une liqueur qui dérive de l'infusion de feuilles de griotte avec l'ajout de vin. Liqueurs à essayer absolument en mixologie.



## INFUSERIA BRINDISINA

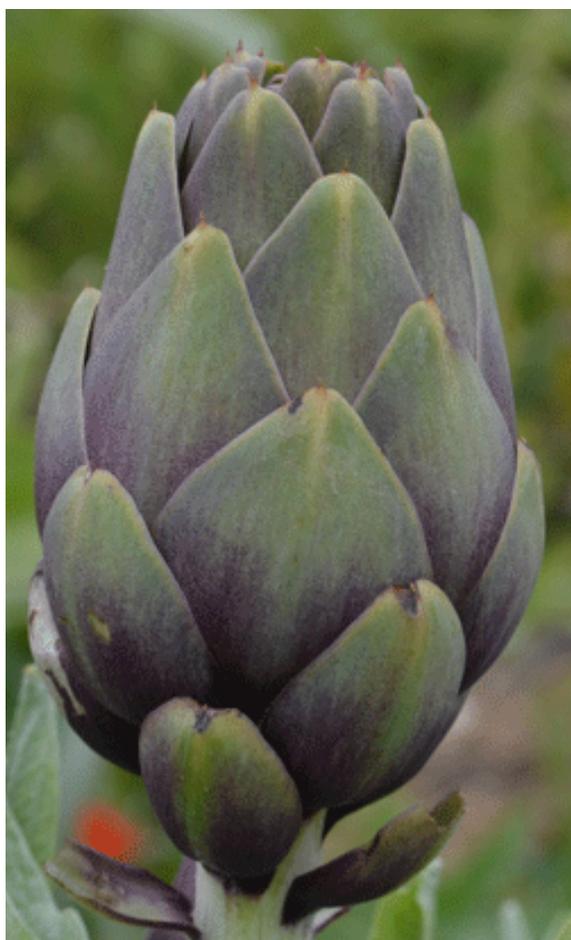
Prenez deux amis à un dîner un soir d'été. On dirait une histoire déjà écrite, mais les choses se sont vraiment passées comme cela. Deux jeunes amis de Brindisi, Fabrizio Di Rienzo et Francesco Lillo, pendant un dîner précurseur de ce qui allait se passer, se retrouvèrent à discuter d'une excellence du territoire, l'artichaut.

Ce légume de l'espèce *Cynara cardunculus* sbsp. *Scolymus* L. qui peut être reconduit à l'écotype Carciofo Brindisino est cultivé dans certaines communes de la province de Brindisi. À démonstration de l'enracinement socio-économico-culturel de l'artichaut sur le territoire, il faut

considérer que ses origines dans les lieux remontent au XVII<sup>ème</sup> siècle. Sa saisonnalité précoce lui permet d'être présent sur le marché en avance par rapport aux artichauts cultivés dans d'autres zones géographiques.

Pourquoi ne pas produire une boisson à base d'artichaut? Un financement obtenu à travers un concours régional PIN et un autre concédé par la Mairie de Brindisi ont permis aux deux jeunes hommes d'établir en ville un atelier, l'Infuseria Brindisina, et de commencer l'expérimentation d'un amer qui se préannonce vraiment unique. Deux ans de travail et de test pour arriver à la formule finale.

Cette initiative est la manifestation



d'une nouvelle classe d'entrepreneurs, jeune, proactive, amoureuse de sa ville et surtout consciente des potentialités et des vocations du territoire.

Carduus est le nom qui aura le nouvel amer. La matière première est l'artichaut de Brindisi cultivar régénérée B2, provenant de cultivations de producteurs amis des deux fondateurs. L'artichaut est mis en infusion à froid dans de l'alcool pur avec d'autres herbes parmi lesquelles la rhubarbe. La teneur en alcool tournera autour des 30° et 35°.

La réalisation de Carduus est un exemple de l'économie circulaire qui agrandira la gamme déjà vaste d'articles présents sur le marché réalisés avec ce produit. L'arrivée de Carduus sur le marché est prévue en juillet 2021 et nous sommes sûrs que cette nouvelle liqueur saura se faire remarquer et apprécier.

**Fabio Bacchi**



## THE WHISKY EXCHANGE

**A**ngleterre 1971. Le couple asiatique Narinder et Bhupinder Singh, immigrés, ouvre The Nest, son magasin «off licence», c'est-à-dire avec licence de vente de boissons alcoolisées sans consommation à l'intérieur, à Hanwell, dans la zone ouest de Londres. Il s'agit de la première famille d'immigrés asiatiques à obtenir la licence pour vendre des boissons alcoolisées sur le territoire britannique. Les deux fils Sukhinder, l'ainé, et Rajbir grandirent avec l'activité des parents en apprenant

chaque aspect de la gestion et surtout en s'approchant au monde des distillats et des vins. Le succès fut immédiat et pris de l'ampleur à tel point qu'en 1991 le prix «Off Licence Of The Year» fut discerné au The Nest qui était, à ce moment-là, géré par Narinder avec sa femme. Ils investirent une partie du prix dans un voyage en Australie. Ce fut l'occasion pour Sukhinder de gérer en toute autonomie l'activité pendant leur absence.

En 1990, Sukhinder avait obtenu le diplôme de géomètre ; toutefois, à cette



époque, la Grande-Bretagne était en train de traverser un moment de crise du secteur immobilier. Cette situation n'aidait guère Sukhinder qui continua à travailler au magasin en attendant des jours meilleurs.

En 1994, le magasin pouvait s'enorgueillir de 100 Single Malts en vente et devint une destination très visitée par les passionnés du distillat écossais. Sukhinder, lui-même, se passionna toujours plus au Whisky et en devint un collectionneur en commençant avec des miniatures. Malheureusement, comme toutes les belles histoires ont une fin, en 1999, le The Nest fut définitivement fermé et vendu. Les parents partirent à la retraite mais, au même moment, Sukhinder et Rajbir déci-



The Sawhneys flank Ian Harris of Seagram, Wolf Blass, and Peter Bathe of Off Licence News

### OLY Award winners down under

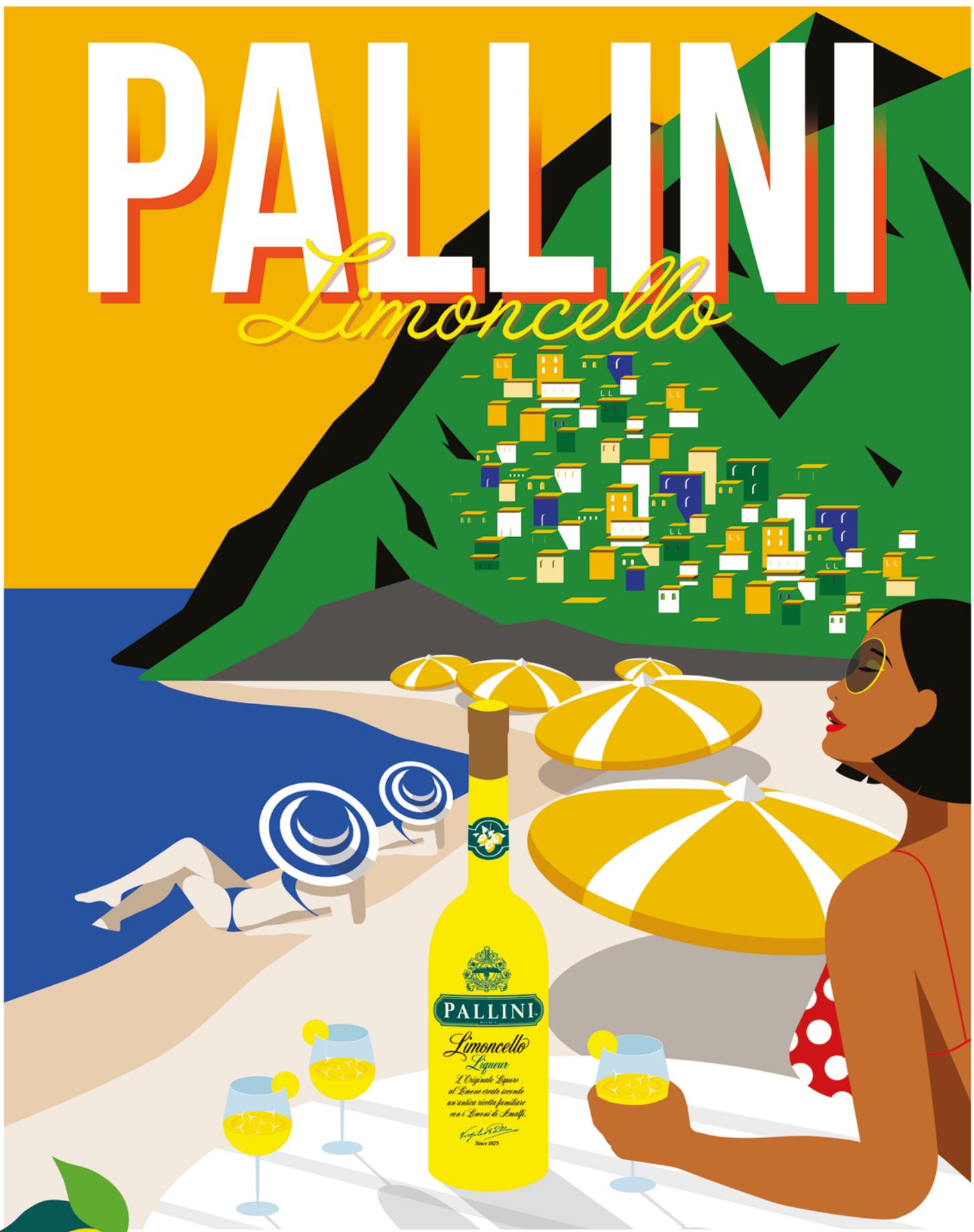
THE WINNERS of the 1991 Off Licence of the Year Award — Narinder Singh Sawhney and his wife Bhupinder — met up with people on the Wine Flight of a Lifetime during a visit to the Wolf Blass winery in Southern Australia.

Wolf Blass entertained the Sawhneys during their six-day stay in Australia before they flew on to Montana in New Zealand. Both Montana and Wolf Blass are handled in the UK by Seagram, the joint sponsor with Off Licence News of the Off Licence of the Year Awards.

"Off Licence News"  
6th March 1992.

# PALLINI

*Limoncello*



**AMORE AL LIMONE. BOTTLED.**



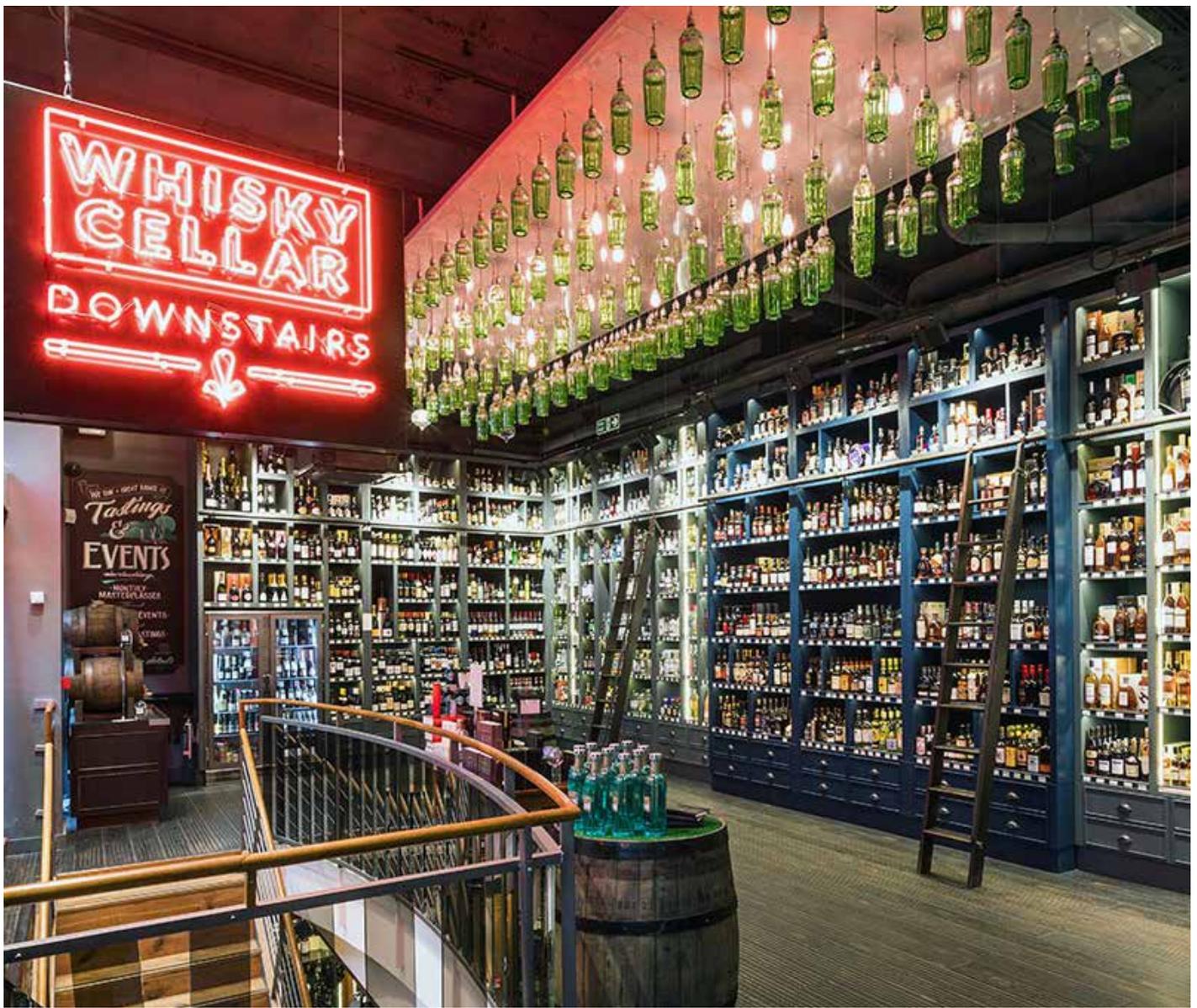


**PROTAGONISTES**  
 EN HAUT À GAUCHE RAJ CHAVDA ; SUR LA PHOTO À DROITE SUKHINDER (À DROITE) ET RAJBIR. CI-DESSUS BILLY ABBOTT ; À GAUCHE DAWN DAVIES.

dèrent d'unir leurs forces et leur passion commune pour le Whisky. Ainsi, en 1999 les deux frères fondèrent «The Whisky Exchange», le site web qui aurait pris la place, même si de manière virtuelle, du The Nest et apporté aux deux frères «le même plaisir du précédent business», ainsi comme écrivit Sukhinder dans la lettre d'ouverture du site. Ensuite, ils achetèrent un entrepôt à proximité du The Nest et le remplirent avec des stocks de produits du The Nest reçus du père.

Quand tout fut en ordre, les résultats

ne tardèrent pas à arriver. Quelques jours seulement après le lancement du site, les deux frères reçurent la première commande d'Allemagne grâce surtout aux connaissances que Sukhinder avait acquises dans les dernières années à travers le collectionnisme de Whisky. En 2006, leur premier magasin fut inauguré auprès de Vinopolis, à proximité du caractéristique Borough Market, déjà considéré comme l'une des attractions principales de la capitale britannique et avec une affluence journalière de milliers de touristes.



La croissante attention envers le marché du whisky, surtout des Single Malt écossais, et l'augmentation des passionnés et des collectionneurs, porta l'équipe de The Whisky Exchange à concevoir en 2009 le premier Whisky Show à Londres, dans le splendide cadre du Guildhall, dans la zone de la City of London, un des événements du secteur les plus importants au niveau international.

En 2011, le concepteur du site web, Raj Chavda, rejoignit définitivement le The Whisky Exchange en qualité de Directeur Créatif. Chavda se chargea de créer les étiquettes exclusives des bouteilles spéciales réalisées par the Whisky Exchange, dont certaines sont de véritables œuvres d'art. Dans le groupe arrivèrent deux



autres importantes figures: Billy Abbott, aujourd'hui The Whisky Exchange Ambassador et entraîneur officiel WSET, et Dawn Davies, avec le rôle de directrice des achats, constamment à la recherche de produits de qualité et engagée dans la redéfinition de la classification des Rhums.

En 2015, le magasin de Vinopolis dut fermer à cause de cessation d'activité de la part du groupe Vinopolis. Aujourd'hui, deux nouveaux magasins se trouvent à proximité de Covent Garden et à Great Portland Street, à quelques minutes à pied de Oxford Street.

En 2018, Sukhinder reçut le prix «Outstanding Achievement In The Scotch Whisky Industry» de la part de l'International Wine and Spirits Challenge et, ensuite, fut nommé «Master Of The Quaich». Cette dernière est l'une des plus prestigieuses et des plus hautes distinctions pour ceux qui se sont prodigués pour diffuser et exalter la culture du Whisky écossais dans le monde.

Au cours des dernières années, Sukhin-



**PRIX**  
SUKHINDER  
REÇOIT LE PRIX  
«OUTSTANDING  
ACHIEVEMENT»  
PAR LE IWSC.

der et son équipe, se sont spécialisés dans la sélection et la mise en bouteille de réserves spéciales de Whisky, en partant de l'Écosse et en arrivant à collaborer avec certaines des distilleries les plus renommées du monde, surtout au Japon.

C'est ainsi qu'est née Elixir Distillers en 2017, une société latérale de The Whisky Exchange qui s'est exclusivement dédiée à la création, à la sélection et à la mise en bouteille de distillats authentiques en se spécialisant également en dehors du domaine des Whisky écossais. Certaines des marques nées de ce projet sont Port Askaig, Element of Islay et Black Tot. Bien évidemment, les productions les plus authentiques jusqu'à présent restent celles des Single Malt Scotch Whisky. Sukhinder a sélectionné pour BarTales cinq parmi les bouteilles les plus représentatives créés par The Whisky Exchange.



### **BUNNAHABHAIN 1997 PAR THE WHISKY EXCHANGE**

Cette récente mise en bouteille fait partie de la toute dernière gamme de Single Malt à fût individuel. Au cours des années, The Whisky Exchange a sélectionné et mis en bouteille une série de Whisky. Lorsque les Elixir Distilleries ont vu le jour, les nouveaux produits étaient étiquetés avec cette marque. Ensuite, en 2019, ils décidèrent de relancer les mises en bouteilles spéciales de Single Casks avec The Whisky Exchange, et à la fin de 2020, ils ont finalisé la troisième sortie de bouteilles de la série. Celles-là sont toutes sélectionnées par Sukhinder Singh et représentent les particularités des distilleries qu'il aime vraiment. Celui-ci est un Bunnahabhain «fumeux» provenant d'une époque où la distillerie n'était pas connue pour cette caractérisation. Cette expérience aurait été abandonnée plus tard par Bunnahabhain. Cependant, il serait resté une quantité de distillat tourbé de 1997.

**Zone de production:** Islay, Écosse

**Typologie:** Single Malt Scotch Whisky

**Fût:** hogshead unique

**Vintage:** 1997

**Viellissement:** 22 ans

**Année de mise en bouteille:** 2020

**Vue:** ambre

**Odeur:** intéressantes notes fumées et de feuilles brûlées, une douce sensation de fumée qui laisse ensuite la place aux notes de brise marine et réglisse.

**Palais:** notes intenses d'orge malté, de raisin sec et de réglisse qui s'unissent à des feuilles de pin grillées, à la menthe et au thym. Des tons de grillé et de bitume qui s'unissent à des épices et à du chocolat fondant.

**Final:** long, enveloppant avec un arrière-gout de chêne.

**TAV:** 51,3%

### **GLENFARCLAS 15YO 100° PROOF EN EXCLUSIVITÉ POUR THE WHISKY EXCHANGE**

Dernier en date d'une longue série de Whisky exclusifs mis en bouteille par Glenfarclas pour TWE, il fait partie d'une paire. L'autre est un 21 ans d'âge mis en bouteille avec 54,2% d'alcool par volume (TAV) qui arrivera sur les étagères de TWE sous peu. TWE a présenté cette gamme de Whisky en 2014, tout de suite après le titre de Whisky Of The Year remporté par Glenfarclas 15yo. TWE demanda à Glenfarclas de mettre en bouteille une version spéciale du 15 ans d'âge pour célébrer cette victoire et ainsi fut mise sur le marché une édition limitée. Cette série se conclura avec une autre exclusivité Glenfarclas qui complètera un agréable trio allant du riche Sherry du Whisky de 15 ans à un style plus délicat et fruité du Whisky de 25 ans.

**Zone de production:** Speyside, Écosse



**Typologie:** Single Malt Scotch Whisky

**Fût:** non disponible

**Vintage:** non disponible

**Vieillessement:** minimum 15 ans

**Année de mise en bouteille:** non disponible

**Vue:** ambre

**Odeur:** délicatement épicé et uniforme, notes de raisin sec, poire, toffee et crème pâtissière se fondent pour laisser ensuite la place à des notes de vin de Madère.

**Palais:** chaud, enveloppant, avec des notes qui rappellent les pâtisseries de Noël à base de fruits confis et d'épices comme la cannelle et la noix de muscade, une délicate note de torréfaction en barrique.

**Final:** riche et agréablement épicé, avec des notes de fruits cuits au four et torréfaction de barrique.

**TAV:** 57,1%. Aux XVII et XVIII siècles au Royaume-Uni, 100 proof correspondaient à 57,15° d'où la mention 100 proof sur l'étiquette.

### **SUNTORY HAKUSHU 1989 TWE SHERRY CASK 10ÈME ANNIVERSAIRE DE TWE**

Une mise en bouteille très spéciale, une des exclusivités préférées de TWE. Depuis le moment où le Whisky japonais a débarqué au Royaume-Uni, il a éveillé l'intérêt de TWE qui s'en est emparé tout de suite. Source d'inspiration pour la plupart des versions de Karuizawa, The Whisky Exchange a joué un rôle actif dans la promotion du whisky japonais dans le monde. C'est pourquoi TWE a demandé à Suntory d'expérimenter quelque chose de différent pour ce Whisky: un Hakushu vieilli dans des fûts de Sherry. Le distillat au caractère fumé de Hakushu s'est avéré parfait pour un vieillissement dans des fûts de ex-sherry. Par conséquent, TWE demanda



un single cask ex-Sherry pour la mise en bouteille, en célébration de son dixième anniversaire, et Suntory accepta créant ainsi son premier whisky de ce type.

**Zone de production:** Japon

**Typologie:** Single Malt Whisky

**Fût:** Sherry Butt

**Vintage:** 1989

**Vieillessement:** 20 ans

**Année de mise en bouteille:** 2009

**Vue:** café

**Odeur:** il faut l'aborder en douceur vu la haute teneur en alcool. Notes intenses de Sherry, raisin sec, cacao et un agréable mélange d'épices

**Palais:** réglisse, prune mûre et épices, intenses notes de bois. La dilution avec peu d'eau pour réduire la teneur en alcool permet la perception de tons tropicaux, pamplemousse et zestes d'agrumes.

**Final:** long et enveloppant, avec des notes d'agrumes qui s'unissent à celles caractéristiques du Sherry.

**TAV:** 62%



**GLENFIDDICH 1974 SHERRY  
CASK 50ÈME ANNIVERSAIRE DU  
COURONNEMENT DE LA REINE**

Mis sur le marché en 2003, il fut l'un des premiers projets de TWE avec un grand distillateur, Glenfiddich, le Single Malt Scotch Whisky plus vendu au monde. TWE cherchait un produit qui convenait à la célébration du 50ème anniversaire du couronnement de la reine Elizabeth, quelque chose d'extrêmement spécial. Le résultat fut la première mise en bouteille de Whisky single cask ex-Sherry dans les 117 ans (jusqu'à cette époque) d'histoire de la distillerie. Cette mise en bouteille ne fut pas facile, à tel point qu'il a finalement fallu l'approbation du conseil d'administration de la société pour le rendre possible. Le succès fut immédiat et, dès lors, Glenfiddich a sorti de nombreux autres Whisky single cask ex-Sherry. Glenfiddich est le plus important partenaire de TWE pour ses mises en bouteille.

**Zone de production:** Speyside, Écosse

**Typologie:** Single Malt Scotch Whisky

**Fût:** Sherry

**Vintage:** 1974

**Vieillessement:** 19 ans

**Année de mise en bouteille:** 2003

**TAV:** 48,9%

**Notes gustatives:** non disponibles

**ISLE OF JURA 1999, VIEILLISSEMENT 5 ANS, TRÈS TOURBÉ**

Un autre projet de TWE considéré plutôt audacieux à l'époque: un Whisky très jeune et très tourbé d'une distillerie sans grande réputation. Le début des années 2000 fut une période durant laquelle le Whisky avec un long vieillissement régnait sur les étagères des collectionneurs, avant que les NAS (No Age-Statement) et les Whisky plus jeunes ne s'imposent. Dans une dégustation à l'aveugle, les dégustateurs pensaient qu'il s'agissait d'un Islay cinglant plutôt que d'un produit de Jura, voisin mieux connu pour être plus délicat. On pressentait que la

qualité de ce Whisky de 5 ans d'âge seulement contrastait avec la croyance selon laquelle le Whisky plus vieux était a priori le meilleur. Mais c'était une période où les buveurs commençaient à redécouvrir la qualité du Whisky plus jeune. Ce Whisky est une des bouteilles savoureuses et influentes jamais mises sur le marché par TWE.

**Zone de production:**

Isle of Jura, Écosse

**Typologie:** Single Malt Scotch Whisky

**Fût:** nd

**Vintage:** 1999

**Vieillessement:** 5 années

**Année de mise en bouteille:** aout 2004

**TAV:** 60,6%

**Notes gustatives:** non disponibles



# Vecchio Amaro del Capo<sup>®</sup>

## RED HOT EDITION



ENJOY IT  
-20°  
FROM THE  
FREEZER



### Spritz Calabro

6 cl Amaro del Capo Red Hot Edition  
1 cl lime juice  
5 cl tonic water "Miracle 1638"  
5 cl Prosecco DOC brut "Mangilli"  
Ice, a lemon zest, a chilli.



BOIRE DE FAÇON RESPONSABLE Drink responsibly. CaffoStudio

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

# REINE DE CÉDRATS

Histoire d'une marque qui depuis plus de deux siècles est synonyme de la meilleure tradition italienne

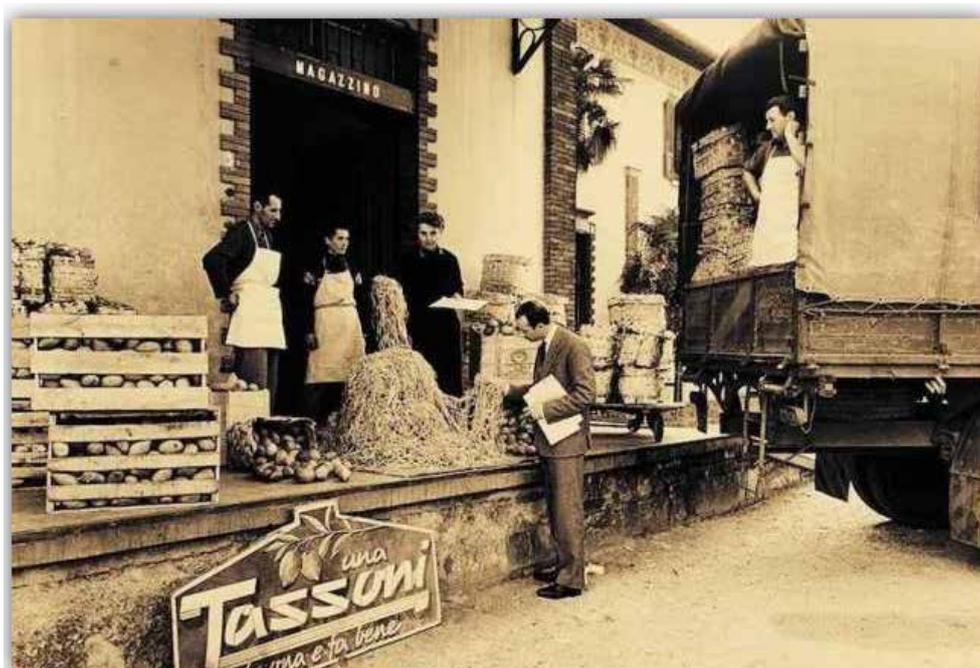
PAR GIULIA ARSELLI

Comment innover une entreprise familiale de 225 ans qui lie son histoire à la tradition de la distillation d'infusions hydroalcooliques issues des cédrats? La question fut posée en 2018 à Elio Accardo, depuis 2015 directeur général de Cedral Tassoni. La réponse fut et reste exemplaire: «innover est fondamental, mais il faut faire très attention. Cette entreprise est un bijou, un filament travaillé en utilisant la technique

de la filigrane».

Tout a commencé sur le Lac de Garda dans un laboratoire d'épices qui connaissait l'art de distiller des infusions hydroalcooliques issues du zeste de cédrat.

Historiquement la culture des agrumes sur ce lac, dont le cédrat, remonte au XIV<sup>ème</sup> siècle grâce à l'œuvre des moines franciscains. Géographiquement nous sommes situés au 46<sup>ème</sup> parallèle de latitude nord sur un terrain avec les





conditions idéales de croissance pour cet agrume qui est le fruit sacré des Juifs. Après plus de deux siècles d'histoire, les spécialités de cet avant-poste de tradition continuent à sublimer les palais des connaisseurs.

Cette histoire commence à Salò en 1748 comme il résulte du «Libro della Tassa delle arti liberali e meccaniche nello spettabile Comune di Salò» (Livre de la taxe des arts libéraux et mécaniques dans l'estimée commune de Salò). Parmi les maîtres d'épices de l'époque étaient enregistrés les fils de Domenico Bondoni, Giovanni et Antonio. Ils étaient propriétaires d'une maison avec magasin d'épices à Salò, héritée ensuite en 1786 par la petite-fille Bona Bondoni, épouse de Lelio Barbaleni. En 1793, le magasin d'épices devint officiellement une pharmacie, activité qui serait passée de père en fils.

Au début du XIXème siècle, la propriété appartenait à Lelio Barbaleni, puis passa à son fils Giovanni et au milieu du XIXème siècle à ses petites-filles Lucia et Carolina. Une «pétition et décret judiciaire de délibération 12.11.1859» concéda la propriété à Barbieri Antonio et, par la suite,



en 1868, à Bartolomeo Castelli et au comte de Ferrare Nicola Tassoni. Jusqu'à ce moment-là, le magasin avait encore une dimension extrêmement artisanale. Ce n'est qu'en 1884 avec Paolo Amadei, nouveau propriétaire, que cette vive réalité prend une direction industrielle.

Paolo Amadei, représentant d'une solide dynastie de Salò dans le domaine alimentaire, divisa l'activité de distillation de celle pharmaceutique. Amadei était un chimiste et toutes les recettes encore pro-

**ATTESTATIONS**  
 EN HAUT À GAUCHE, LE DIPLOME MILAN, 1881. À DROITE, LE DIPLOME PARIS, 1900. CI-DESSUS, LE DIPLOME TURIN, 1898.



**TASSONI**

SUR LA PHOTO EN HAUT ET CI À DROITE, L'ÉTABLISSEMENT AU XIXÈME SIÈCLE.



duites aujourd'hui sont les mêmes que celles qu'il a élaborées. La matière première à l'origine de ces préparations était encore le cédrat dont le premier produit était l'Acqua di Tutto Cedro, une liqueur stomatique à teneur modérée en alcool. Cette liqueur, qui jadis se trouvait dans toutes les drogueries, évoque les souvenirs d'une époque lointaine.

L'eau de cédrat s'obtient à partir du fruit homonyme par distillation et ultérieure dilution. L'essence se solubilise dans l'eau de distillation grâce à l'alcool en conjuguant les arômes dissouts dans les deux fractions huileuse et aqueuse. Le distillat est ensuite conservé sous azote. Aujourd'hui, la liqueur est largement utilisée en mixologie.

Les produits Tassoni ne manquèrent pas de recevoir des prix et des attestations de qualité aux expositions nationales

et internationales. Immédiatement après la Grande Guerre, en 1921, le fils de Paolo Amadei lui succéda. Carlo Amadei développa une nouvelle phase expansive de l'entreprise: un nouveau produit naquit, la Cedrata Tassoni, un sirop qui fut tout de suite très apprécié sur le marché. Un succès qui allait entrer dans l'histoire et devenir un modèle exemplaire. Pendant ce temps, le Coca Cola et les boissons sodées arrivèrent en Italie et le marché changea.

En 1956, une boisson dérivée de ce sirop additionné d'eau et de soda est née: le Tassoni Soda, «le jus de cédrat déjà prêt dans sa dose idéale». Cette boisson était destinée à un succès unique, sans alcool, pétillante, douce et acidulée, de couleur jaune clair, avec la partie la plus noble du cédrat, les huiles essentielles du fruit. Peu d'ingrédients et simples: eau,



**CÉDRAT**  
 SUR LA PHOTO  
 À GAUCHE LE  
 CÉDRAT  
 «DIAMANTE».  
 CI-DESSOUS,  
 LA BOUTEILLE  
 RUGUEUSE  
 IMAGE DE  
 L'EMBALLAGE  
 TASSONI.

sucre, dioxyde de carbone, acide citrique, arômes naturels de cédrat, d'agrumes et de carthame.

À l'origine, la variété de cédrats utilisée était la *Cytrus Medica* cultivée sur les bords du Lac de Garda, aujourd'hui on utilise des cédrats de la variété «diamante», provenant des cultivations de Santa Maria del Cedro, ville dans la province de Cosenza en Calabre, et traités en entreprise.

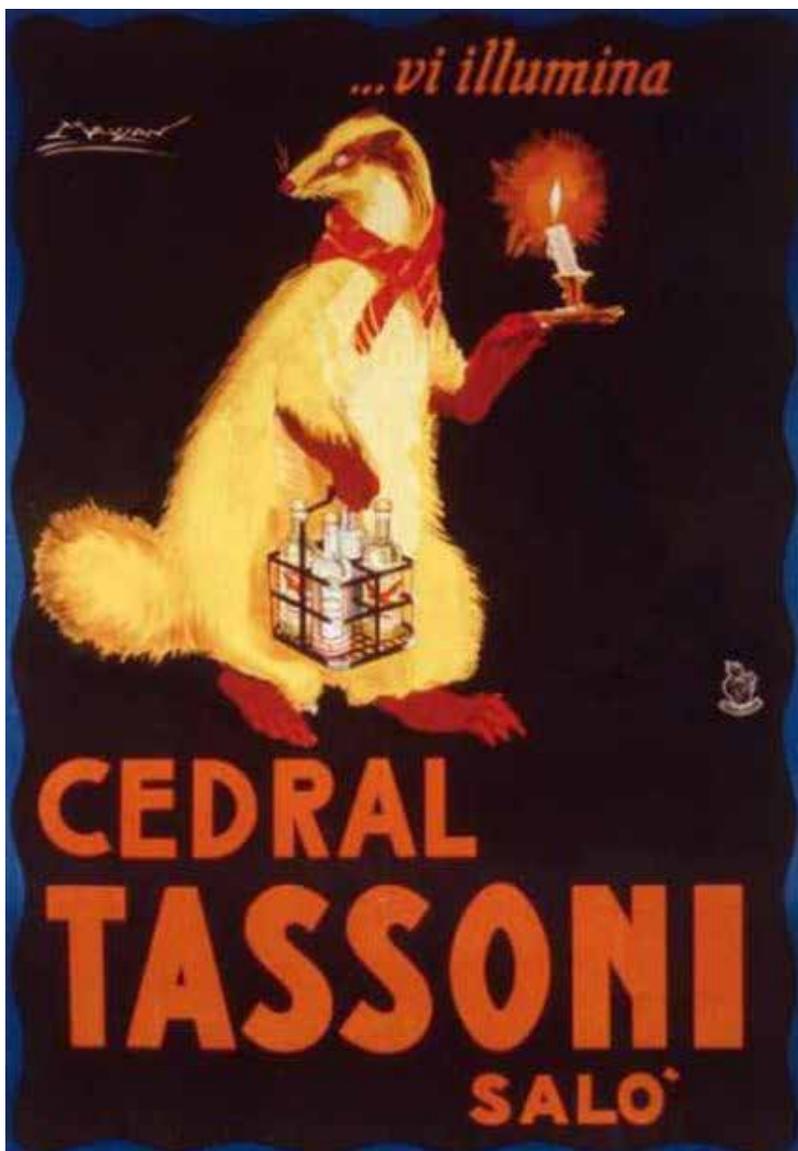
Au XIX<sup>ème</sup>, Salò comptait 17 plantations de cédrats, les préférés du dernier tsar de Russie pour leur goût particulier. La cultivation en terrasse fut abandonnée car en hiver les plantations devaient être protégées par des vitres, une opération clairement pas facile. Tassoni traite quelques dizaines de tonnes par an ; une fois épluchés, les cédrats retournent en Calabre pour être destinés à l'industrie de la confiserie.

L'emballage minimaliste du Tassoni Soda est un chef d'œuvre du design, apprécié par les consommateurs autant que le produit contenu. Les 180 ml de produit sont contenus dans une bouteille rugueuse au toucher, rappelant l'écorce



du cédrat, réalisée en verre incolore et transparent pour exalter la couleur et la brillance de la boisson.

Absolument sans étiquette, en raison également de son caractère reconnaissable, initialement la marque était imprimée directement sur le verre. Dans les années suivantes, ce minimalisme

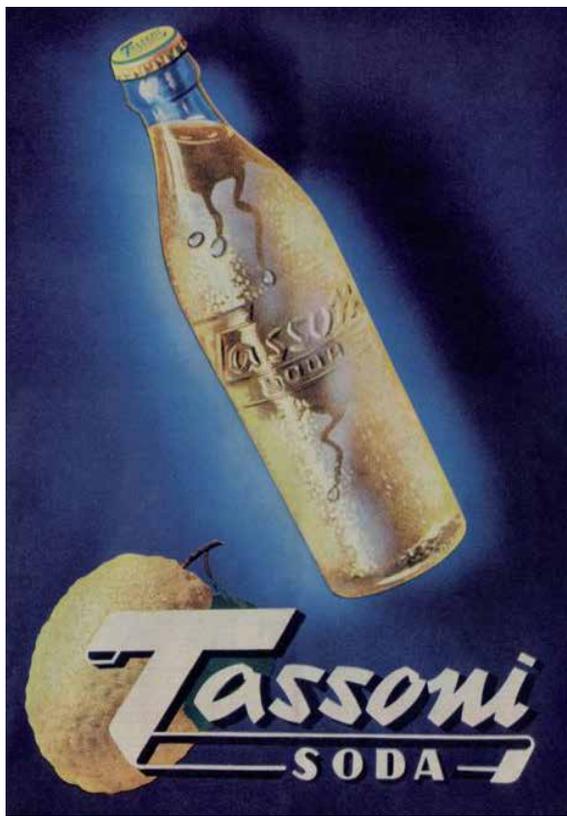


s'accentua ; la marque et les ingrédients étaient imprimés sur la capsule-couronne de couleur jaune vert. En 2013, la marque réapparaît sur le verre, un hommage vintage à la tradition du célèbre produit. L'entreprise comprit l'impact que la naissante publicité aurait eu sur l'industrie moderne.

L'histoire publicitaire de Tassoni est illustrée par une très belle série d'affiches publicitaires qui symbolisent le goût classique des années 20 et 30 et qui, comme celles d'autres entreprises italiennes historiques, font désormais partie de l'imaginaire collectif. Le Lac de Garda, ses plantations de citrons, le cédrat rugueux de couleur verte caractérisent les décors et les sujets de nombreuses affiches publicitaires du début du XX<sup>ème</sup> jusqu'en 1960.

Dans les années 60 et 70, le lac en-

chanteur devint le set de films publicitaires historiques dans lesquels la voix d'une star de la chanson italienne déjà célèbre, Mina, était exaltée par la poignante beauté de ses sites. La célèbre publicité télévisée chantée par Mina en 1982: «Quante cose al mondo vuoi fare? Costruire? Inventare? Ma trova un minuto per me! Per voi e per gli amici...Tassoni («Combien de choses au monde veux-tu faire? Construire? Inventer? Mais trouve



Per la sete di casa **Tassoni**  
bastano due dita di Cedrata

Bastano due dita di Cedrata Tassoni, ghiaccio e acqua a volontà. Ecco cosa dire da bere ai ragazzi quando hanno sete, cosa offrire agli amici che vengono a trovarvi, cosa bere quando desideriamo qualcosa di diverso, di naturale, di fresco. Bastano due dita di Cedrata Tassoni... e la sete di casa passa dolcemente.

...e al bar

la Cedrata già pronta in un dosaggio ideale nella comoda bottiglietta, prende del cedro tutta la sua forza salutare.

CEDRATA TASSONI, TASSONI SODA: è buona e fa bene.

ITALIAN CITRON  
SOFT DRINK

une minute pour moi ! Pour vous et les amis... Tassoni»), est encore aujourd'hui diffusée sur les chaînes nationales.

Avec l'avènement des nouveaux médias, Tassoni a toujours recouvert un rôle important dans la communication. Dans les années 90, les couleurs de l'entreprise ont été portées par l'équipe cycliste Carrera Tassoni dans les rangs de laquelle couraient deux champions du cyclisme

mondial comme Marco Pantani et le capitaine Claudio Chiappucci. En 1966, Ornella Amadei, fille de Carlo, reprit la direction de l'entreprise. Les célèbres Sciropo di Cedro (sirop de cédrat) et le Tassoni Soda se consolident sur le marché. En 2009, le témoin de l'entreprise passe dans les mains de Michela Amadei Redini, fille de Ornella, décédée cette même année, qui projeta l'entreprise vers une dimension

# Rum Malecon

EL SABOR ALTÍSIMO

¡SUBLIMEMENTE MÍO!

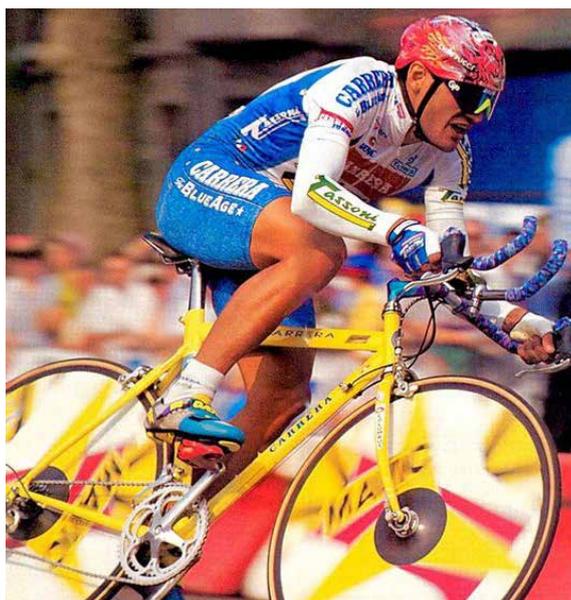


*Producto original de Panamá.*

BOIRE DE FAÇON RESPONSABLE  
BEVI RESPONSABILMENTE - DRINK RESPONSIBLY

 @rummalecon





**PROTAGONISTES**  
 EN HAUT À GAUCHE, LE CYCLISTE CLAUDIO CHIAPPUCCI, À DROITE MARCO PANTANI. CI-DESSUS, MICHELA REDINI (PHOTO LA REPUBBLICA).

internationale. En 2014, c'est le tour de la Tonica Superfine, avec arôme naturel de quassia, préférée à la quinine, et l'arôme naturel de cédrat ; en 2016 Fior di Sambuco (Fleurs de Sureau) et en 2017 Mirto in Fiore (Myrte en Fleur): boissons innovantes et parfumées inspirées par les fleurs à présenter dans un verre.

En 2015, l'emballage Tassoni de Tonica Superfine remporta le prix Brand Identity Gran Prix – dans la section dédiée aux emballages pour boissons. L'agence Hub09, qui a revisité l'étiquette de la Tonica Superfine, s'inspira d'une ancienne étiquette d'Anisette Superfine - liqueur anisée des années Trente – conservée et retrouvée

dans les archives de la maison Tassoni.

Aujourd'hui, l'entreprise Cedral Tassoni est une excellence du made in Italy. Le contrôle total de la filière de production, de la sélection des fruits à la préparation des arômes, à la mise en bouteille du produit fini, représentent une garantie de qualité constamment appréciée par des générations de consommateurs. Si vous passez par Salò, ne manquez pas de visiter l'entreprise qui est organisée comme une maison ouverte aux invités. Le temps passe, la petite bouteille iconique de jus de cédrat continue d'être l'ambassadrice de plus de deux siècles de tradition italienne.

**Giulia Arsellì**

# CITRON, ALCOOL, SUCRE: UNE RECETTE POUR CHAQUE FAMILLE

L'«Ovale» de Sorrento et le «Sfusato» de Amalfi, le meilleur de la tradition côtière

PAR VINCENZO ERRICO EN COLLABORATION AVEC DARIO D'AVINO

**L**e citronnier est un arbre à fruits qui appartient au genre *Citrus* et à la famille des *Rutaceae*. Selon certaines études, il semble remonter à l'hybridation entre le pomélo et le cèdre même si, depuis des siècles, il peut être considéré comme une espèce autonome.

Le citronnier mesure de 3 à 6 mètres de haut et a des branches épineuses dans les plantes sauvages ou à graines.

Les feuilles sont alternes, lancéolées ou elliptiques, leur couleur varie du vert jaunâtre, pour les plus jeunes, à un vert foncé pour les plus vieilles. Les fleurs, tendrement parfumées, sont hermaphrodites, ont pour la plupart cinq pétales, une couleur blanche avec des bords violets et une grandeur variable de 1 à 5 cm de diamètre.

Le citron est une espèce remontante, les périodes de floraison sont le printemps et l'automne, avec des fruits qui mûrissent respectivement en hiver et en



été. Le citron était déjà cultivé par les anciens Romains dans la région de Campanie dans les dernières années de Pom-



pei, avant qu'elle ne fût ensevelie par la célèbre éruption du Vésuve en 79 après Jésus Christ. La preuve en a été apportée lors des fouilles de 1951 qui ont déterré la «Casa del Frutteto» (la maison du verger) à l'intérieur de laquelle on a trouvé des fresques murales qui représentent différents citronniers avec des branches riches de feuilles vertes et allongées, chargées de fruits ovales jaunes. À partir de ce moment-là, l'histoire du citron et de cette bande de terre qui depuis Vico Equense arrive jusqu'à Maiori, en passant par Sorrento, Massa Lubrense, Positano et Amalfi, deviendra un ensemble de tradition et d'excellence.

Mais l'histoire et la nature savent surprendre. Dans un territoire relativement petit, deux différents types de citron se développeront et donneront naissance à deux produits uniques dans leur genre en marquant les usages, les temps et les traditions des populations et, ainsi, «l'Ovale



di Sorrento» et le «Sfusato Amalfitano» deviendront le fleuron de la production de la côte Sorrentine et de celle Amalfitaine.

L'Ovale di Sorrento: protégé par une décision judiciaire qui lui reconnaît l'Indication Géographique Protégée (I.G.P.), il est cultivé dans les communes de Vico Equense, Meta, Piano di Sorren-

**VARIÉTÉS**  
 DEUX TYPES DE CITRON, QUI ONT MARQUÉ LES USAGES ET LES TRADITIONS DE LA POPULATION, SE SONT DÉVELOPPÉS DANS UN PETIT TERRITOIRE.

#### VARIÉTÉS

CI-DESSUS, L'OVALE DI SORRENTO ET LES CARACTÉRISTIQUES «PAGLIARELLE» POUR LA CULTIVATION DES CITRONS. DANS LA PAGE CI-CONTRE, EN HAUT À DROITE, DES ARBRES DE SFUSATO AMALFITANO.



to, Sant'Agello, Sorrento et Massa Lubrense. C'est un citron de dimensions moyennes d'un poids de 85 grammes ou plus. À la forme elliptique caractéristique, il a une pulpe avec texture moyenne, une couleur jaune intense, riche en jus, à acidité élevée (3,5/100 ml ou plus) et à un haut contenu de vitamine C et de sel minéraux. Le système de culture est demeuré le même au cours des siècles et consiste à cultiver les plantes sous les «pagliarelle»: des tapis de paille qui sont

posés sur des charpentes de poteaux de châtaignier de hauteur supérieure à trois mètres afin de les protéger avant tout du froid et du vent et aussi pour retarder la maturation des fruits. La récolte est effectuée normalement dans la période de février à octobre et se fait à la main afin d'empêcher le contact direct des citrons avec le terrain. La surface destinée à la culture du citron de Sorrento dans la zone de production est d'environ 400 hectares et la production annuelle moyenne est d'environ 8.000 tonnes.

La culture du citron de Sorrento a serré un lien indissociable avec le territoire de production auquel il apporte différents avantages: il contribue à préserver le sol de l'instabilité hydrogéologique, est reconnu dans le monde entier comme un élément caractérisant le paysage côtier, ce qui a également une incidence sur le tourisme.

Le sfusato Amalfitano, lui aussi Indication Géographique Protégée (I.G.P.),



était déjà connu en 1600 avec le nom de «limon amalphanus» et il fut défini par Giovanni Battista Ferrari dans son «Hesperides, sive de malorum aureorum cultura et usu Sumptibus Hermanni Scheus» ainsi: «Le citron d'Amalfi commun prend le nom de la Côte, exactement de la région maritime de Amalfi. Il est de différentes tailles: une plus grande, l'autre plus petite et la forme des deux est allongée. La pointe est toute en saillie, l'écorce rugueuse, même verruqueuse, modérément épaisse, d'un jaune clair, languidement odorant et de gout tendre. Agréable au toucher et délicat à déguster. Le centre est de huit ou neuf quartiers séparés et les graines sont presque complètement absentes, le gout est agréablement âpre. La feuille allongée est modérément large».

Historiquement, la diffusion capillaire du citron dans la zone d'Amalfi s'est produite à la suite de la découverte de sa possibilité d'utilisation dans la lutte au scorbut, maladie causée par la carence de vitamine C dont les citrons sont notamment riches. Pour les habitants d'Amalfi, depuis toujours grands navigateurs, il était fondamental de pouvoir disposer de provisions abondantes de ce précieux fruit



sur leurs navires. Et c'est pour cela qu'au XI<sup>ème</sup> siècle, la République Amalfitaine décréta qu'à bord de ses navires il devait toujours y avoir des stocks de citrons. Effectivement des études récentes de l'«Università degli Studi di Napoli Federico II» ont démontré que cette variété est parmi les plus riches en absolu d'acide ascorbique, la fameuse vitamine C.

La cultivation, qui se fait sur les typiques terrassements qui surplombent la mer et qui prennent le nom de «jardins des citrons», prévoit, comme pour le cousin de Sorrento, la couverture des plantes par le biais du système de poteaux de châtaignier et des «pagliarelle».

Le «Limone Costa d'Amalfi IGP» est cultivé dans toutes les communes de la Côte Amalfitaine: Amalfi, Cetara, Conca dei Mari-



ni, Furore, Maiori, Minori, Positano, Praiano, Ravello, Scala, Tramonti, Vietri sul Mare. Et d'une diffusion si capillaire et enracinée, dans l'histoire et dans les traditions d'une terre et d'un peuple, ne pouvait pas ne pas naître une gamme d'usages infinie du citron: protagoniste au naturel de salades, comme assaisonnement combiné pratiquement à n'importe quelle préparation, comme ingrédient de nombreux plats typiques, en pâtisserie mais surtout dans la production de liqueurs dans les zones côtières où une infusion de zestes de citron, alcool et sucre a fait son chemin à travers l'histoire, jusqu'à nos jours, et est désormais connu par tout le monde avec le nom de Limoncello.

Il n'y a pas d'informations certaines pour dater la naissance du Limoncello: il n'y a que quelques hypothèses vagues mais suggestives. La légende de Sorrento veut que l'habitude des familles nobles, déjà aux débuts de 1900, était de ne jamais faire manquer un verre de limoncello

pour accueillir les invités illustres. À Amalfi, il y a ceux qui font remonter la production à des origines très anciennes, liées à la cultivation du citron et à la Gran Scuola Medica de Salerne (grande école de médecine). D'autres histoires racontent que le limoncello était utilisé par des pêcheurs et des agriculteurs au matin pour lutter contre le froid, déjà au temps de l'invasion des sarrasins, alors que d'autres pensent qu'il a été créé par les moines d'un couvent monastique. La vérité, peut-être, nous ne la saurons jamais. Mais, tout esprit de clocher mis à part, aujourd'hui la vraie excellence côtière en matière de liqueurs produit encore l'infusion de citrons exactement comme jadis.

Comme la Liquoristerie Carlo Mansi, entreprise fondée en 1990, dont le laboratoire, situé en plein centre historique à Minori, contrôle soigneusement toutes les phases du traitement du citron pour la production de son Limoncello. À commencer par l'épluchure du caractéristique citron «Sfusato Amalfitano», rigide et exécutée à la main, avec un étrange mais très efficace usage d'une lame à pédicure. Cette lame, utilisée par les mains savantes des collaboratrices de Monsieur Mansi, permet l'épluchure d'une tonne de citrons en environ trois jours en passant ensuite à l'infusion du zeste d'environ 8 citrons pour 2 litres d'alcool (d'origine céréalicole à une gradation de 96,3%) qui est effectuée dans des petits fûts en acier et qui dure de 2 à 3 jours, à la fin de laquelle une baisse naturelle d'environ 8% est enregistrée. À l'infusion suit le mélange avec du sirop de sucre cristallisé blanc et l'embouteillage, la production est d'environ 30 000 bouteilles par année. Leur commercialisation est suivie par Monsieur Mansi lui-même qui



préfère distribuer ses bouteilles, en Italie et à l'étranger, uniquement à des clients privés ou à des détaillants en mesure de valoriser l'excellence de son produit.

Une autre production de la Liquoristerie Carlo Mansi digne d'être mentionnée est un type de limoncello particulier étiqueté, sur un beau papier d'Amalfi, comme «réserve», dont la production, limitée à moins de 1 000 bouteilles par année, voit l'emploi d'un citron désormais très rare, caractéristique des zones les plus montagneuses de la côte Amalfitaine, connu comme «citron Picciolo» (citron petit).

Ou comme le Limoncello de Sorrento produit par l'entreprise Villa Massa, fondée à Piano di Sorrento en 1991 par les frères Stefano et Sergio Massa qui se sont tout de suite fixé pour objectif de mettre à point et de perfectionner des techniques qui leur permettraient de produire le Limoncello en quantités supérieures à celles d'un petit laboratoire traditionnel de liqueurs, tout en respectant le caractère artisanal du processus de production et l'ancienne recette familial. La production et la mise en bouteille des liqueurs Villa Massa se font dans l'installation moderne de Piano di Sorrento où sont traités exclusivement «Limoni di Sorrento I.G.P.» provenant en partie du jardin



**AMALFI**  
LIMONCELLO  
PAR LE  
LIQUORIFICIO  
CARLO MANSI.

«Le Grottelle», de propriété des Massa, et en partie de cultivations externes, toutes rigoureusement contrôlées et toutes dans la péninsule de Sorrento mais sans jamais recourir à des zestes de citron congelés, des essences, des arômes ou des produits de synthèse.

Une curiosité: l'habitude de mettre le Limoncello dans le congélateur a été lancée par les frères Massa afin de véhiculer l'idée d'un produit naturel qui est froid mais ne se congèle pas et dont les caractéristiques soient exaltées par le froid. Le Limoncello Villa Massa a été reconnu comme «kosher passover», c'est-à-dire autorisé par le Gran Rabbinate de Jérusalem à être bu même pendant le rigide précepte de la Pâques juive.

Ou comme le Limoncello de Pallini, entreprise fondée en 1875 par Nicola Pallini et transférée à Rome (où se trouvent actuellement les établissements de produc-



Limoncello, sur la base d'une ancienne recette de la branche napolitaine de la famille représentée par madame Casella, épouse de Giorgio Pallini. Le résultat est un produit fabriqué en utilisant l'infusion des zestes de citron «Costa d'Amalfi IGP» encore aujourd'hui cueillis à la main dans leurs plantations de citron et cultivés sans faire usage de pesticides ou de fertilisants, avec l'ajout d'huiles essentielles. Mis dans une élégante bouteille sérigraphiée, le «Limoncello Pallini» marque le point de rencontre entre les nécessités dictées par une production moderne à échelle industrielle et la nature artisanale du Limoncello. Avec cette formule de production, la Pallini a réussi à s'imposer comme leader dans le segment Duty-Free et sur le marché USA.

«Sfusato Amalfitano?» «Ovale Sorrentino?» S'aventurer dans les nuances de gout de ces fruits anciens d'une région merveilleuse est un parcours fascinant et chargé d'histoire, sans oublier que la vraie excellence et le vrai Limoncello reste celui fait uniquement de vrais citrons. On pourrait donner cela pour acquis, mais en Italie actuellement ce n'est pas le cas: sur les 12 millions de bouteilles produites, 70% contient uniquement des arômes naturels.

**Vincenzo Errico**

*en collaboration avec* **Dario D'Avino**

#### PRODUCTION

EN HAUT, LE LIMONCELLO VILLA MASSA. CI-DESSUS, UNE PHASE DU TRAITEMENT DE L'ENTREPRISE PALLINI.

tion) qui démontre comment il est possible de respecter les usages et les méthodes traditionnelles de production tout en ayant une production globale et multinationale. En 1999, l'entreprise Pallini forte de sa tradition et de son expérience décide de récupérer et de développer un produit, le

150  
1868-2018  
**VARNELLI**



**SHALL WE MIX?**

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



DRINK RESPONSIBLY

BOIRE DE FAÇON RESPONSABLE

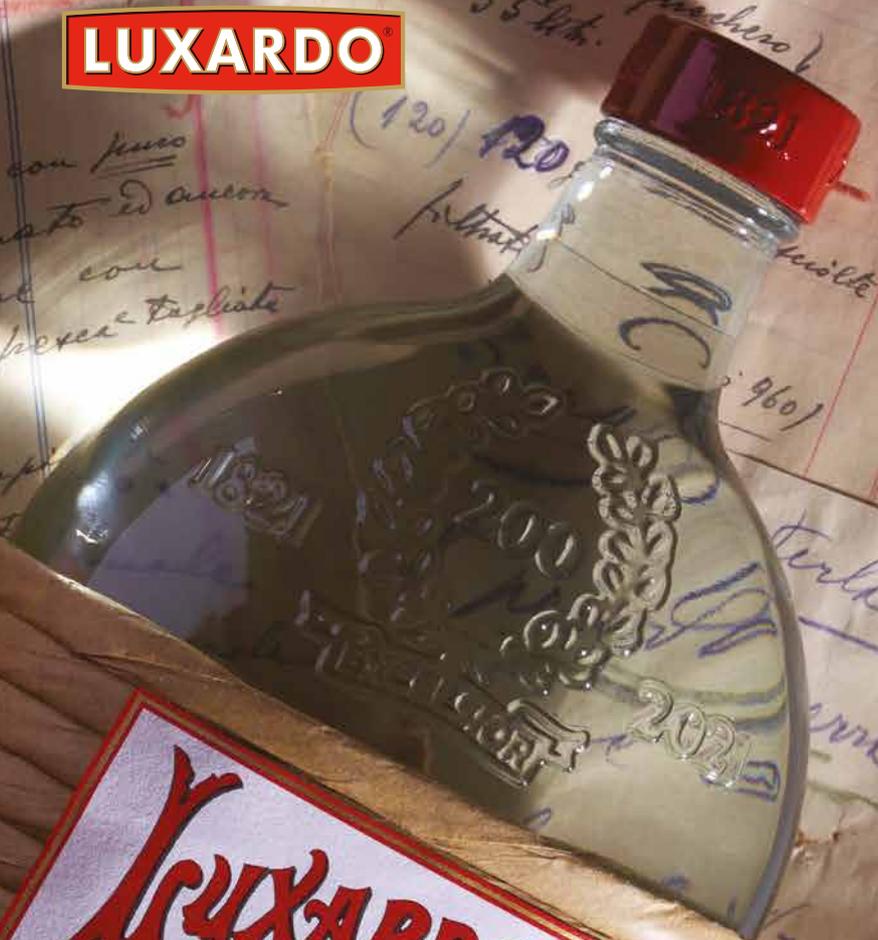
DA DESIGN.IT

Maraschino speciale  
tipo Perle Extra Dry

**LUXARDO**

composta si prepara con pure  
e marasca appena spinate ed accon  
tate in fermentazione con  
ta di foglie marasca fresche tagliate  
lti vanno prima riemp  
proporzionale al conten  
preziosissimo app  
5 si aggiunge la  
fresca, tagliata  
e si fermenta in  
del vino maras  
tenere il tin  
comple  
mentare

196 kg. (marchese)  
55 litri.  
(120) 120  
f. (stato)  
miolate in 1/2 litri.  
'960)



BEVI MARASCHINO LUXARDO RESPONSABILIEMENTE  
BOIRE DE FAÇON RESPONSABLE

f @ in

LUXARDO.IT

