

MIXOLOGY MAG

l'arte della miscelazione

LA STORIA

RACCONTI DAL PASSATO
SUA MAESTÀ IL GHIACCIO

IL PERSONAGGIO

PATRICK PISTOLESI
QUANDO C'È SENTIMENTO

IL LOCALE

JERRY THOMAS
RITORNO AL PASSATO

COCKTAIL & SPIRITS

WHISKEY
LA RINASCITA DELL'IRISH WHISKEY



*Tradizione e innovazione:
le due anime della miscelazione*

GIN TERRÆ

Un viaggio nelle più belle
regioni italiane, un'esperienza
di gusto vivida e tangibile

di alte montagne
innevate



di leggera
brezza marina



di campi
baciati dal sole



 ginterrae.it

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

400conigli.com



400 CONIGLI

*il primo gin
monorobotanico
al mondo*

ITALIAN
PREMIUM DRY

GIN

seguici su instagram

@400conigli





BGIN[®]

DISTILLED GIN

SPIRIT ♀ BERGAMASCO ♂



QUI TROVATE
I NOSTRI PRODOTTI



SHOP

SOMMARIO

MIXOLOGY MAG
NUMERO 1

- 5 **EDITORIALE**
ARTE FLUIDA
di Luca Tesser
- 6 **IN COPERTINA**
MISCELAZIONE
FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE
di Andrea Lazzaretti
- 10 **LA STORIA**
RACCONTI DAL PASSATO
SUA MAESTÀ IL GHIACCIO
di Luca Tesser
- 16 **IL PERSONAGGIO**
PATRICK PISTOLESI
QUANDO C'È SENTIMENTO
di Virna Bottarelli
- 20 **IL LOCALE**
JERRY THOMAS
RITORNO AL PASSATO
di Luca Tesser
- 24 **LE CITTÀ**
MILANO
TRADIZIONE E INNOVAZIONE
ALL'OMBRA DELLA MADONNINA
di Chiara Cossu
- 26 **COCKTAIL & SPIRITS**
WHISKEY
LA RINASCITA DELL'IRISH WHISKEY
di Federico Mazzieri
- 32 **COCKTAIL & SPIRITS**
DISTILLATI
BOTANICALS: LA NUOVA FRONTIERA
DEL GIN
di Jacopo Lancerin
- 36 **COCKTAIL & SPIRITS**
SOTOL
IL SAPORE DEL DESERTO
di Giovanni Campari
- 40 **COCKTAIL & SPIRITS**
COCKTAIL
PROTOCOLLO MANHATTAN
di Luca Tesser



6

- 42 **COCKTAIL & SPIRITS**
CLASSIC COCKTAIL
SAZERAC E VIEUX CARRÉ
di Luna Maller
- 44 **LE TECNICHE**
L'AFFUMICAZIONE
L'INSOSTENIBILE FASCINO
DELLO SMOKED COCKTAIL
di Luca Tesser

RUBRICHE

- 46 **MARCHI E AZIENDE**
- 50 **J.ROGER SUGGESTION**
- 52 **PRODOTTI**
- 54 **DESIGN**
- 56 **BAR TOOLS**
- 59 **FORMAZIONE**
- 61 **EVENTI**
- 62 **DA LEGGERE**
- 63 **SPEAKERS' CORNER**



16

MATTHEW

Il whiskey.



Matthew è sulla bocca di tutti


MATTHEW
The Irish soul of Dream Whisky

Il nuovo whiskey firmato Dream, dal sogno di un uomo che ha vissuto mille vite e le ha rinchiuso dentro una bottiglia, creando un whiskey indimenticabile.



ARTE FLUIDA

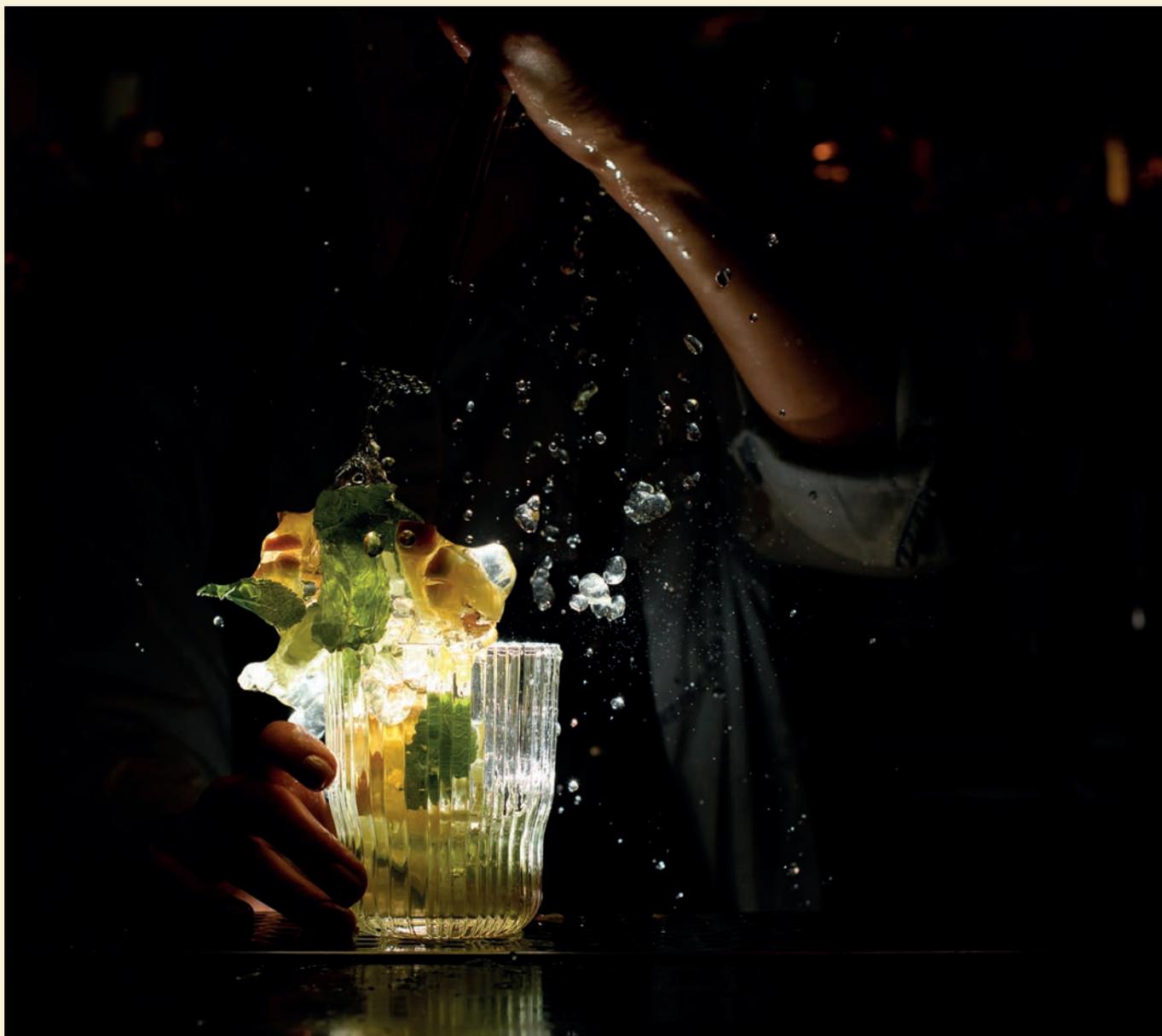
DI LUCA TESSER

Mi è sempre piaciuto considerare la miscelazione come una forma d'arte fluida. Se la cucina può essere considerata arte, perché la mixology non può essere considerata allo stesso modo? Un cocktail crea un'emozione e lo fa a 360 gradi; è un'emozione che coinvolge i sensi tramite il gusto, l'olfatto e la vista. Ingredienti che vengono mescolati insieme come note musicali su una tela a formare una sinfonia che colpisce i nostri sensi, capaci di trasportarci all'interno di un sogno. Un drink può fare questo e lo fa in maniera intima. Ecco perché ognuno ha il suo, una piccola emozione che viene consumata, percepita e goduta.

Un Manhattan potrebbe essere considerato come un bellissimo pezzo blues, interpretato in diverse maniere da diversi interpreti. È qui che il bartender dà il meglio di sé, componendo una melodia fluida a modo suo, attraverso i prodotti e le dosi, suonando quel blues più o meno intensamente, battendo sulle note di gusto in maniera più o meno aggressiva.

E se immaginassimo un Martini come una sinfonia classica, con la sua apertura di gusto decisa e sinfonicamente allegra, che poi rallenta aprendosi a note più profonde e decise? Un Old Fashioned potrebbe essere considerato come un pezzo rock, invece, che trova sfogo in una chitarra elettrica profonda e con un reef blues, attraverso i toni legnosi del Bourbon, la profondità dell'Angostura e le note squillanti degli oli essenziali dell'arancia.

Sì, il drink può essere musica, può essere considerato come un'opera d'arte che influisce sui nostri sensi, che si adatta al nostro stato d'animo, che affievolisce la nostra malinconica essenza o la esalta, a seconda di ciò di cui abbiamo bisogno, di ciò che desideriamo. Sarebbe, indubbiamente, più corretto rivolgersi al cliente non con un "Che cosa le faccio?", ma semmai con un "Di che cosa ha bisogno in questo momento?", dove bisogno ha il significato di un desiderio intimo, di un'esigenza spirituale, affinché l'opera d'arte fluida si faccia soddisfazione.



MISCELAZIONE

FRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Oggi il dialogo tra tradizione e innovazione è il punto cardine per tanti mixologist, che nei loro drink riescono a raccontare storie antiche, mescolandole in maniera elegante con la contemporaneità.

di **Andrea Lazzaretti***



Non c'è innovazione senza tradizione: il futuro è, in qualche modo, sempre legato al passato. La miscelazione contemporanea è in continuo sviluppo: il cocktail ha seguito un percorso che l'ha avvicinato a tecniche innovative, spesso prese a prestito dalla cucina, e l'ha portato a esplorare nuove frontiere del gusto.

Ma quanto conta il passato in questo percorso evolutivo? La sua è un'influenza determinante e assoluta. Anche nel cocktail più innovativo ricorre quasi sempre un ricordo del "classico" e se oggi possiamo parlare di evoluzione e di storia dei cocktail lo dobbiamo sicuramente ad alcuni grandi personaggi, fra cui **Antonio Carpano** e **Jerry, The Professor, Thomas**. I drink hanno rimandi a epoche lontane, presenti anche nelle cocktail list di chiara impronta moderna e perfezionate da barman che hanno dedicato la loro passione e le loro risorse nell'individuare metodi più fruibili e nuovi approcci al pubblico.

LE ORIGINI

I primi passi di questo percorso sono mossi alla fine del Settecento, epoca alla quale risale la nascita di un prodotto straordinario come il Vermouth, creato grazie ad Antonio Carpano. Va precisato che un antenato di questo prodotto esisteva già: i Romani avevano a disposizione una bevanda che possiamo ritenere simile, un vino fortificato, che però non aveva una ricetta specifica. Ai tempi di Carpano si diffuse nei caffè europei la moda del Vermouth come aperitivo e si gettano le basi di un periodo fertile per gli inizi della miscelazione. Nel 1806, nella rivista **Balance & Columbian Repository**, compare per la prima volta la parola "**Cocktail**", definita come "bevanda stimolante composta da liquori di vario tipo, zucchero, acqua e amari". Sempre agli inizi del 1800 si inizia a utilizzare una strumentazione specifica per la miscelazione. Secondo la versione più romantica della storia, la prima innovazione, antenato del jigger, è un dosatore creato da **Antoine Amédée Peychaud**, un farmacista di New Orleans che dosava gli ingredienti utilizzando un coquetier, una comune tazza nella quale inserire l'uovo, da consumarsi come uovo "alla coque". Vi chiederete perché questa sia la versione romantica, giusto? Perché si sostiene che il termine cocktail derivi proprio dal nome di questo utensile. Per vedere pubblicato il primo libro della storia dedicato alla miscelazione bisogna però aspettare il 1862, anno in cui Jerry Thomas pubblica la **Bar-Tenders Guide (How To Mix Drinks)**, uno scritto che contribuisce a diffondere conoscenza attorno a questa nuova arte. La guida è ancora oggi una vera e propria Bibbia per i mixologist.

UN PERCORSO TRA OSTACOLI E OPPORTUNITÀ

I primi cocktail sono generalmente distillati ottenuti dal vino, dall'uva o dalla frutta: Brandy, Grappa, Acquavite, Cognac e, appunto, Vermouth, ormai apprezzato in tutta Europa. Purtroppo, però, proprio in quegli anni un'ondata di fillossera distrugge di colpo la maggior parte della produzione vinicola. Si sostituiscono così questi prodotti con spiriti nazionali e internazionali, come Gin, Vodka e Rum, lavorati con aggiunta di frutta, bitter e spezie. Per la miscelazione i problemi però non sono finiti: nel 1919, con il **Volstead Act**, negli Stati Uniti si vie-



tano la produzione e la vendita di alcolici. Inizia così l'epoca del Proibizionismo, un periodo che ha però un risvolto inaspettato e prezioso: la nascita degli **"Speakeasy"**, luoghi nascosti, nei quali vengono somministrati gli alcolici di contrabbando. Essendo questi ultimi prodotti di scarsa qualità, la creatività dei barman è un elemento fondamentale per migliorarne il sapore. Ecco allora che si mettono a punto tecniche di aromatizzazione innovative, tuttora utilizzate dai bartender. Molti sono però anche i bartender che lasciano gli Stati Uniti, per evitare problemi con la polizia e la legge: da questo fenomeno di emigrazione si apre una stagione di scambi e confronti sulla miscelazione. L'internazionalizzazione della miscelazione americana si fonde con la qualità europea delle materie prime, gettando le basi di una fiorente e creativa epoca di sperimentazioni.

IL FUTURISMO

Quando parliamo di innovazioni non possiamo non toccare la parentesi italiana del Futurismo, movimento d'avanguardia di inizio Novecento promosso da **Tommaso Marinetti**. Le bizzarrie dell'avanguardia futurista si riflettono anche su tutte le forme d'arte, miscelazione inclusa. Sulla scia di questa corrente di pensiero nasce la *"polibibita"*, una bevanda alcolica servita generalmente in abbinamento a cibi decorativi, con l'intento di esaltare sensazioni contrapposte come salato-dolce e dolce-piccante.

L'ERA TIKI

Nel 1933 finisce negli Stati Uniti l'era del proibizionismo e si assiste a un repentino cambio di rotta: si punta sull'importanza del mercato libero e si dà vita a una moda cool e scenografica: la **Tiki**. Ispirata dalla nostalgia dei viaggiatori, che in epoca proibizionista si erano innamorati di paesi caldi e di culture prima totalmente sconosciute, la **"Tiki Era"** si caratterizza per ambientazioni esotiche nei cocktail bar americani, che narrano una visione romanzata della vita su coste paradisiache. Tra i pionieri di questa corrente troviamo **Ernest Raymond Beaumont-Gantt** e **Victor Bergeron**. Sono gli anni nei quali i drink sono prevalentemente a base Rum, con aggiunta di succhi di frutta e aromatizzanti alcolici, e i locali si trasformano in piccoli specchi delle Hawaii e della Polinesia. Una moda davvero irresistibile, tanto che anche la musica ne subisce il fascino, immettendo sul mercato tracce dai suoni ancestrali, con tamburi, ukulele, rumori della giungla e canti tribali, un genere che prende il nome di *"exotica"*. Conosciutissimi ancora oggi, i drink più caratteristici della Tiki Era sono lo **Zombie**, il **Mai Tai** e lo **Scorpion**.





IL SECONDO DOPOGUERRA

La principale novità sul mercato degli alcolici negli anni della Guerra Fredda è la diffusione del consumo di vodka: questo distillato dà vita a nuovi drink che a loro volta danno una vera e propria scossa al passato. Molto fa anche il cinema, che contribuisce a rendere iconiche ricette come quella del **Vesper Martini** “*Shaked, not Stirred*”, la preferita di **James Bond**. Negli anni più recenti, anche grazie alla maggiore accessibilità del trasporto aereo, diventa più economico raggiungere aree tropicali e calde e distillati ‘nuovi’, come **Tequila** e **Cachaca**, si conquistano una propria fama.

IL PRESENTE

La miscelazione ha vissuto quindi non poche difficoltà, ma nella nostra epoca, che potremmo definire “**Disco Era**”, ha acquisito una rinnovata importanza. Oggi molti cocktail bar focalizzano il loro lavoro su una distribuzione di alcolici più consapevole, attribuendole anche un rilievo culturale, e proprio il dialogo tra tradizione e innovazione è un punto cardine per tanti mixologist che, valorizzando il territorio e usando la giusta strumentazione, riescono a raccontare storie antiche, mescolandole in maniera elegante con la contemporaneità. Attraverso nuove tecniche e nuovi ingredienti è possibile creare un’esperienza più ricca rispetto al passato e attribuire il giusto valore alle intuizioni del bartender dietro la ricetta finale. Per riconoscere un’innovazione, bisogna fare attenzione a non concentrarsi solo sulle nuove tecniche di lavorazione, ma calarsi in un nuovo modo di pensare! III

* *Andrea Lazzaretti, titolare del Cotton Club di Modena*

LA RICETTA

Boulevardier from the barrel



È uno degli unforgettable drink del primo Jazz Club situato nel cuore del centro storico di Modena, il **Cotton Club**. È un cocktail classico, composto da **Bourbon Whiskey**, **Bitter** e **Vermouth**, lasciato riposare in una botte per aceto tradizionale. L’ibridazione tra miscelazione classica e un prodotto tipico del territorio emiliano è sorprendente! Questa nuova ricetta viene liquidamente trasferita in un bicchiere ghiacciato; il drink ha un colore brillante ed esprime un gusto intenso e balsamico. Il racconto, in tre sorsi, di una storia innovativa.





RACCONTI DAL PASSATO

SUA MAESTÀ IL GHIACCIO

In un cocktail il ghiaccio è fondamentale, tanto quanto la qualità degli ingredienti. Scopriamone la storia, dai primi modi di trasportarlo all'avvento della sua versione commerciale, per arrivare ai giorni nostri, che lo vedono protagonista assoluto nell'estetica minimalista della miscelazione contemporanea.

di Luca Tesser

L'importanza del ghiaccio in un cocktail è fondamentale, tanto quanto la qualità dei suoi ingredienti. La storia stessa della miscelazione nasce di pari passo con la commercializzazione di questo elemento.

Fare il punto su quale sia l'apporto del ghiaccio a un cocktail non è del tutto scontato. Sì, certo, serve per raffreddare, ma più che altro

per diluire. Stiamo parlando di una diluizione controllata, che sarà parte fondamentale del cocktail stesso e maestria assoluta del bartender. Senza l'abbassamento della temperatura non sentiremmo il cocktail alla stessa maniera, la percezione alcolica dominerebbe incontrastata, facendoci perdere l'equilibrio fra le parti, distruggendo ogni rapporto di sapore, note e sfumature, che si potranno avere solo attraverso il potere esercitato dal ghiaccio.



doveva trovare il modo di conservarlo durante il viaggio e una volta arrivati a destinazione.

Nel corso dell'Ottocento, il primo problema è risolto attrezzando le navi con un sistema refrigerante fatto di pelli, che consentivano un isolamento termico; il secondo, utilizzando ghiacciaie, luoghi anch'essi dotati di un isolamento termico, che potevano essere di grandi dimensioni o essere dei semplici armadi isolati, quelli che si sarebbero poi trasformati nei nostri frigoriferi. Ma la sfida più grande consisteva nel portare ghiaccio e conservarlo in luoghi caldi, come ad esempio il sud degli Stati Uniti. **Frederic Tudor** è il primo a considerare l'ipotesi di trasportare ghiaccio su lunghe distanze. Vero e proprio visionario, ciò che ha in mente di fare è terribilmente complesso e lo porta più volte sull'orlo della bancarotta. Il suo primo viaggio è nel 1806. La sua nave, la *Favorite*, parte a febbraio dal porto di Boston con un carico di 180 t di ghiaccio e arriva circa un mese

Verso la metà del XIX secolo il ghiaccio diventa un bene alla portata di tutti. Fino ad allora, questo elemento prezioso era accessibile solo a pochi

DA ELEMENTO PER POCHI A BENE PER TUTTI

Ma quand'è che il ghiaccio diventa un bene alla portata di tutti? Nel corso del XIX secolo e, propriamente, verso la metà. Prima di allora questo prezioso elemento era accessibile solo a pochi. Allora il ghiaccio non si produceva, ma si prelevava. L'estrazione del ghiaccio avveniva sui laghi ghiacciati del nord degli Stati Uniti o sui ghiacciai. Fra l'altro, l'estrazione era considerata uno dei lavori più pericolosi e gli incidenti mortali durante questa operazione erano frequenti. Blocchi di ghiaccio di grandi dimensioni venivano letteralmente estratti e poi trasportati su carri trainati da cavalli, verso le città o verso i porti, dove potevano prendere il largo per destinazioni più lontane. Qui subentrava la prima problematica: il suo essere deperibile. Portare un carico di ghiaccio a New Orleans dall'estremo nord degli Stati Uniti non era certamente facile: si





Taste
the
world



SPIRITSECOLORI.IT

dopo a Saint Pierre, capitale della Martinica, con il suo carico intatto. Com'era stato possibile? Tudor aveva dotato la sua nave di un sistema di isolamento termico che funzionava, come descritto prima, attraverso un rivestimento di pelli animali e per mezzo della presenza stessa del ghiaccio. Questo primo viaggio, però, si rivela un fallimento totale, non a causa del trasporto, eseguito correttamente, ma perché una volta sbarcati a terra non ci sono strutture adatte a mantenerlo! Si era però dimostrato che con la giusta dotazione di ghiacciaie a terra, il ghiaccio poteva essere trasportato ovunque. L'anno seguente, Tudor spedisce 180 t di ghiaccio all'Avana, a Cuba, dove invece erano state create le strutture per la conservazione. Nei mesi successivi vengono spediti altri due carichi a Cuba e Tudor ricava dall'operazione seimila dollari: la strada della commercializzazione del ghiaccio è aperta e il mondo non sarà più lo stesso. Nel 1816 il governo cubano concede a Tudor il monopolio del commercio del ghiaccio e nel frattempo **Thomas Moore** inventa il primo frigorifero. Nonostante tutti i problemi economici e logistici, Tudor riesce a sviluppare una rete commerciale che comprende Cuba e le città del sud degli Stati Uniti, fra cui Savannah, Charleston e New Orleans. Nel 1845 **Henry Coleman** apre il primo magazzino del ghiaccio a Londra, dando così la possibilità di riceverlo direttamente a domicilio. La possibilità di bere cocktail e bevande ghiacciate è una novità entusiasmante, che fa il giro del pianeta, cambiando radicalmente il modo di bere. Ogni bar che si rispetti inizia a servire le proprie bevande con ghiaccio e sui banconi compaiono come protagonisti assoluti grandi blocchi di ghiaccio che vengono scalpellati continuamente per servire drink di ogni tipologia nella loro nuova "veste fredda". L'evoluzione tecnologica porterà poi alla realizzazione di congelatori e macchine per la produzione di ghiaccio.

LA RIVOLUZIONE DEL GHIACCIO

Negli ultimi tempi c'è stato un fondamentale ritorno al passato, che ha ridato al ghiaccio un'importanza che si era un po' persa. Così, ultimamente, abbiamo assistito all'utilizzo di



ghiaccio cristallino, in formati differenti e di una strumentazione che fino a poco fa non era considerata essenziale. I migliori cocktail bar hanno cominciato a dotarsi di laboratori del ghiaccio. Utilizzando non solo cubetti realizzati da produttori di ultima generazione, come ad esempio **Hoshizaki**, ma anche creando ghiaccio cristallino di varie dimensioni e forme: cubi da **5x5x5 cm**, che permettono un scioglimento minore nel bicchiere old fashioned, **forme rettangolari**, per il collins, e **sfere**.

Ma come si produce ghiaccio cristallino? Il segreto è semplicemente nel congelamento lento. Se il ghiaccio ha la possibilità di formarsi lentamente, tutte le impurità, e soprattutto l'aria, non verranno imprigionate nel ghiaccio stesso, che assume così un aspetto perfettamente trasparente. Per arrivare a questo risultato dovremo controllare la temperatura e proteggere l'acqua, affinché si congeli lentamente. Come? Con contenitori isolanti, senza avere fretta e con dedizione.

I blocchi ottenuti andranno poi lavorati: tagliati nelle giuste dimensioni e rifiniti. Non è un caso che questa rivoluzione del ghiaccio sia partita dal Giappone, un Paese che della perfezione ha fatto il suo slogan principale. A Tokyo, come in altre città nipponiche, operano produttori di ghiaccio di alto livello e da sempre si utilizzano blocchi di ghiaccio puro. Vero è che oggi può apparire anche come una moda, ma ben vengano le mode quando sono così funzionali e positive per



Distribuito in esclusiva da

MAVOLO¹⁸⁸⁸
BEVERAGES

info@mavolo.it www.mavolo.it



la qualità del prodotto finale. L'estetica fa la sua parte e il cubo 5x5x5 la fa da padrone nei drink serviti nei migliori locali del mondo, in sostituzione del caro vecchio cubetto. E se il cubetto è pieno o di ghiaccio cristallino e puro, cambierà l'effetto estetico, ma non la funzionalità, che rimane quella di combattere una diluizione troppo veloce. Non c'è nulla di peggiore di un cocktail troppo o troppo poco diluito, o non abbastanza freddo.

RITORNO ALLE ORIGINI E MODERNITÀ

Praticamente, si è ritornati a utilizzare il ghiaccio come alle origini della miscelazione, quando non esistevano produttori di ghiaccio, ma solo ghiacciaie

e grandi blocchi da tagliare. Questo nuovo approccio al ghiaccio è diventato un fenomeno mondiale, in un momento in cui nella miscelazione stiamo assistendo a un cambio radicale di stile: stiamo osservando, infatti, che lo stile "speakeasy" sta lasciando sempre più il posto a una miscelazione più moderna, nella quale il drink è creato in maniera differente, guardando a una estetica più minimalista, ma supportata da preparazioni complesse, ottenute attraverso strumentazioni da laboratorio. Anche i bicchieri utilizzati sono più semplici, minimal, appunto, come minimal sono le decorazioni: a rendere i cocktail spettacolari è semplicemente il notevole impatto estetico dato proprio dal ghiaccio cristallino. |||

Il nuovo approccio al ghiaccio è diventato un fenomeno mondiale, in un momento in cui nella miscelazione stiamo assistendo a un cambio radicale di stile



PATRICK PISTOLESI

QUANDO C'È SENTIMENTO

Le radici irlandesi, l'amore per il teatro, la passione per il Giappone e la devozione per la miscelazione e i cocktail: Patrick Pistolessi, proprietario e co-fondatore del Drink Kong di Roma, si racconta e dice: *“Innoviamo quando riusciamo a creare un contatto sentimentale tra la persona e il cocktail”*.

di **Virna Bottarelli**

Se sei un giovane curioso, se nella tua famiglia convivono due lingue e due culture, se sei appassionato e hai voglia di costruirti un futuro tutto tuo, anche una città come Roma, a vent'anni, ti può stare stretta. Allora decidi di partire: lasci l'Italia e fai esperienze in Europa e negli Stati Uniti. Poi, però, il fascino della città eterna ti richiama a sé, così torni nella Capitale e metti a frutto quanto hai imparato in giro per il mondo.

Ecco, in breve, la storia, felice, di **Patrick Pistolesi**, proprietario e co-fondatore del **Drink Kong**, cocktail bar nel rione Monti, a Roma, nato nel 2018 e già primo locale italiano nella lista dei *World's 50 Best Bar*.

Hai studiato lingue, eri appassionato di letteratura e hai anche calcato per diversi anni il palcoscenico, recitando a teatro. Come è scattata la scintilla per il mondo del bar?

Poco dopo i vent'anni, quando mi sono reso conto che non era fattibile mantenermi lavorando come attore, ho incontrato il mondo del bar, che sarebbe poi diventato il mio palcoscenico. Non è però un caso che mi sia appassionato, oltre che al teatro, anche al lavoro dietro al bancone: mia madre è irlandese e per gli irlandesi il pub è un po' come il salotto di casa. È un luogo dove ci si reca non solo per bere una buona birra o un drink, ma anche semplicemente per incontrarsi, parlare, condividere esperienze. Nel pub si annullano le distanze, cadono le barriere generazionali: è questo senso di comunità, ancora prima della curiosità per le materie prime e la miscelazione, che mi ha affascinato e ha fatto in modo che quella di bartender diventasse la mia professione.

Mamma irlandese e papà romano, dei suoi 44 anni **Patrick Pistolesi** ne ha passati 24 dietro al bar. Dopo qualche esperienza in locali romani, lascia l'Italia e lavora in Europa e negli Usa. È stato Bar Manager del caffè Propaganda, ha aperto il primo Gin bar d'Italia, *The Gin Corner*, ed è stato brand ambassador di vari marchi. Oggi collabora con brand come drink consultant, è socio e fondatore di *NIO cocktails ready to drink* e proprietario e cofondatore del Drink Kong di Roma





Nel 2018 Patrick Pistolesi inaugura il Drink Kong, locale nel cuore di Roma, caratterizzato da un'atmosfera cosmopolita.

mi fa anche riflettere sul fatto che si è creata tanta confusione attorno al nostro mestiere e che ci sia anche un po' di speculazione, come accade in tutti i business. Detto ciò, per lavorare nella miscelazione studiare è fondamentale: non si può prescindere da libri e corsi di formazione, perché bisogna essere innanzitutto molto informati e preparati. È un po' come a teatro: prima di andare in scena bisogna studiare il copione.

E, come a teatro, ci si espone ai complimenti e alle critiche...

Oggi c'è la tendenza a dare il proprio giudizio su tutto; anche nel nostro campo i critici sono tanti e i clienti stessi sono più informati ed esigenti. Ma c'è un lato positivo, perché questo senso critico diffuso ci aiuta a tenere sempre alta l'asticella. Se poi arrivano i premi, invece, tanto meglio: anche se non lavoro in funzione della conquista di un Award o della scalata di una classifica, non nego che vedere riconosciuto il proprio lavoro è una grande soddisfazione, soprattutto se hai dedicato la tua vita a questa professione.



Qual è l'idea da cui è nato, nel 2018, il Drink Kong?

Ho vissuto anch'io il mondo della miscelazione degli speakeasy, che andava per la maggiore attorno ai primi dieci anni del Duemila, ma ho voluto creare qualcosa di diametralmente opposto: niente di esclusivo, piuttosto un luogo di convivialità, aperto a tutti. Volevo essere un po' "disruptive" e aprire un locale innovativo, che avesse un respiro internazionale e inclusivo. Il Drink Kong è uno spazio di 300 mq, aperto a qualsiasi tipo di ospite.

Nel tuo locale hai quindi portato quel senso di comunità tipico del pub irlandese al quale sei affezionato, ma anche un marcato tocco di innovazione. Ma che cosa significa, per te, fare innovazione oggi nella miscelazione?

L'innovazione è una ricerca personale, ma è anche una sensibilità che chi lavora sul campo da anni, come me, ha acquisito. È un po' come se avessimo imparato a percepire nell'aria quello che c'è di nuovo.

Dal mio punto di vista, fare innovazione significa usare tecniche moderne che mi consentono di dare il massimo risalto a un sapore, in modo che questo evochi una sensazione precisa nella persona che beve il drink, la riporti magari a un sapore preciso di un'esperienza vissuta o di una fase della sua vita. Innoviamo quando riusciamo a creare un contatto sentimentale tra la persona e il cocktail, quando diamo un'anima al drink.

Che cosa rappresentano invece per te "qualità" ed "eccellenza"?

Credo che la qualità paghi sempre e per questo l'ho sempre messa al primo posto nel mio lavoro. Poi ho scelto di rimanere in Italia, di investire nella mia città, di avere a cuore le materie prime del nostro territorio, di fare tesoro dei sapori e di rispettare la stagionalità. Questa per me è la qualità. E per quanto riguarda l'eccellenza, invece, bisogna saperla riconoscere e valorizzare.



Sapore e stagionalità sono per te punti fermi, mentre le tendenze sono sempre in movimento. Che cosa "va per la maggiore" oggi?

Oggi si tende a creare cocktail originali: passata la moda dei twist on classic, si preferisce partire da zero da una materia prima e abbinare poi distillati e altri ingredienti che possono essere di contorno. C'è un grande interesse per gli acidi naturali, dal citrico al lattico, che rendono il cocktail più trasparente, elegante e minimale. E c'è poi sempre chi ama creare l'effetto "wow", con decorazioni ricercate o utilizzando un ghiaccio tagliato in blocchi particolari.

Per la nuova drink list del Drink Kong avete scelto un nome particolare: Perimetro e Forma. Ce ne vuoi parlare?

È un menù che comprende più di 24 drink, con il quale offriamo una selezione che consente di compiere un percorso esplorativo sensoriale, toccando i cinque principali parametri del sapore: umami, acido, bitter, fruttato e dry. Il nome **Perimetro e Forma** è figlio del nostro amore per il Giappone in generale e per i libri di design architettonico giapponese in particolare: l'idea è che cambiando un "lato" del drink riusciamo a ridefinire le situazioni verticali e orizzontali che si succedono nel palato. Può sembrare complesso, ma non è altro che un gioco pensato per far sì che il nostro ospite si lasci catturare dalla sensazione che il nostro drink evoca in lui e torni a contatto con il suo istinto: si parte assaporando un Kombucha, che con i suoi enzimi prepara lo stomaco ad accogliere l'alcol, e poi si è pronti per vivere l'esperienza a tutto tondo del Drink Kong. Un'esperienza che mi piace definire di romantiche geometrie.



La nuova drink list del Drink Kong è frutto della passione di Pistolesi e del suo team per i libri di design architettonico giapponese degli anni Settanta





JERRY THOMAS

RITORNO AL PASSATO

di Luca Tesser



Era il 2010 quando il “Jerry Thomas” di Roma compiva i primi passi nel panorama della miscelazione italiana. Il club, situato in Vicolo Cellini, poco lontano dalle sponde del Tevere, si troverà ben presto a lasciare un marchio indelebile nel modo di concepire il cocktail in Italia.

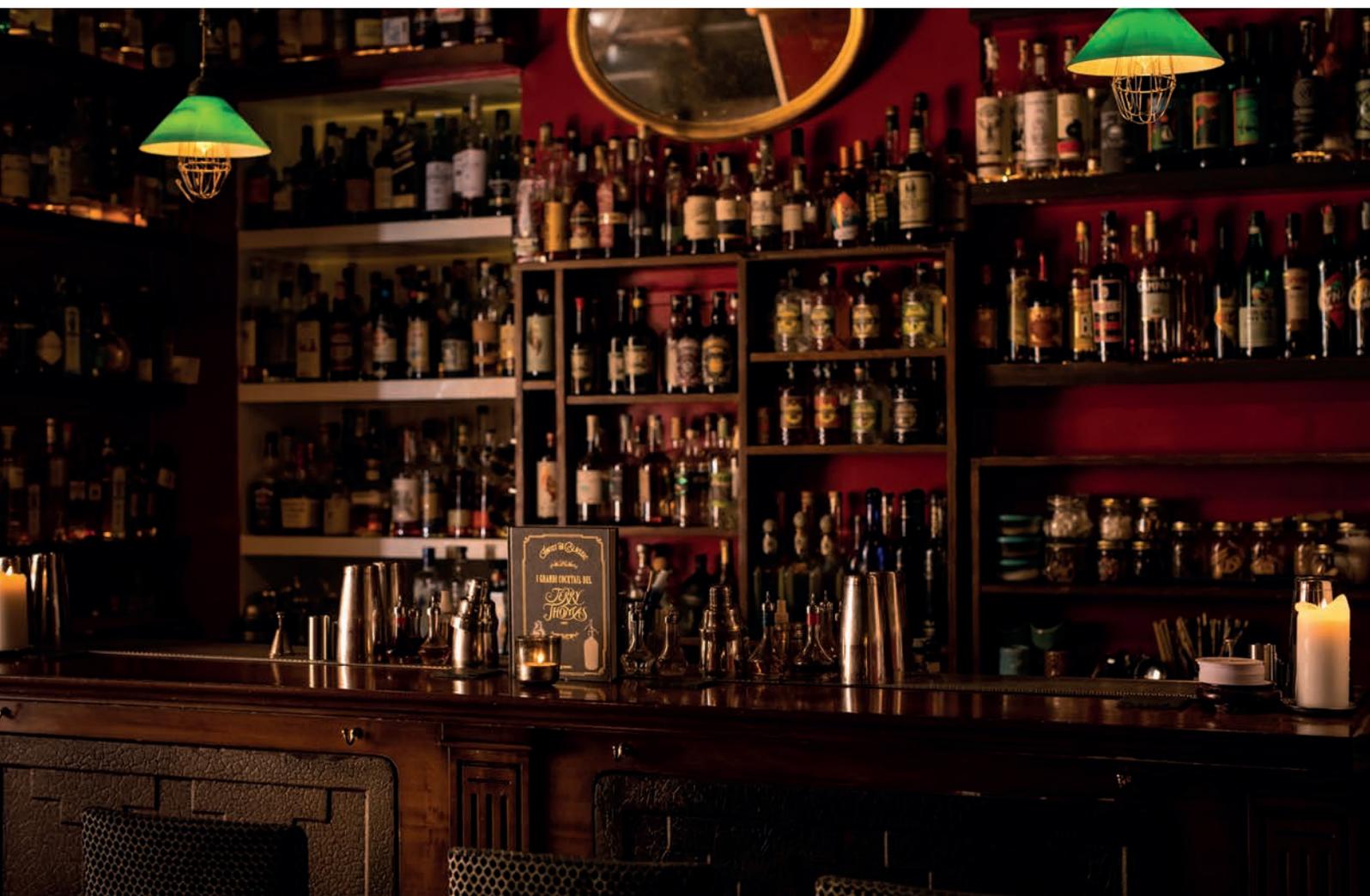
Il primo speakeasy italiano nasce dal comune intento di **Leonardo Leuci**, **Antonio Parlapiano** e **Roberto Artusio**, a cui poco dopo si unirà **Alessandro Procoli**, di fare un salto nel passato, di ritornare alle origini. Il concetto di *secret bar* che stava spopolando negli Stati Uniti sbarca nella capitale, portando una nuova concezione di miscelazione, qualcosa lontano anni luce rispetto a quanto eravamo abituati. In realtà, lo stile è quello della golden age del bere miscelato, ossia la seconda metà del XIX secolo, quella appunto di **Jerry Thomas** detto “il professore”. Questo giusto per puntualizzare che, in generale, negli speakeasy è questa la tipologia di miscelazione che si utilizza, abbinata al concetto di *secret bar*, che invece

è proprio degli anni Venti, nel pieno del proibizionismo americano (1919 - 1933). Si trattava di tornare a un passato dimenticato, di riportare in vita la storia stessa della miscelazione, una storia che in Italia era pressoché sconosciuta.

LA RISCOPERTA DELLA TRADIZIONE

In un'epoca dove tutto era standardizzato, dove i ricettari imponevano determinati prodotti, dove si era persa la stessa identità di classico, il Jerry ha riportato in vita la tradizione, la qualità, la complessa semplicità della visione dei pionieri di questa arte sublime. Già il fatto che si trattasse di qualcosa di “non per tutti” o meglio di qualcosa di “esclusivo” e riservato ad appassionati e cultori di un certo tipo di miscelazione, andava assolutamente controcorrente rispetto alle mode del momento, all'impero dei marchi, al dominio del long drink. In parole povere, il coca e rum, lo spritz, il long island, lo andavi a bere semplicemente da un'altra parte. I riflettori al Jerry erano puntati su tutt'altro genere di miscelazione.

Il Jerry Thomas nasce per iniziativa di Leonardo Leuci, Antonio Parlapiano e Roberto Artusio. A loro si unirà poi Alessandro Procoli



Nel 2010 il Jerry Thomas ha saputo stupire ed è stato un ponte tra passato e presente

Lunga vita all'impero dei **Sazerac**, dei **Brandy Crusta**, dei **Manhattan** e dei **Martinez**, dei Bitter, dei Vermouth, dei Bourbon e dei **Rye**, dello Scotch e dei Gin. E, assolutamente, niente Vodka.

UN PONTE TRA PASSATO E PRESENTE

È importante sottolineare che nel 2010 in pochi in Italia avevano idea di cosa fosse uno *speakeasy*. Il **Jerry Thomas** stupiva come una splendida donna in abito da sera, nascosta fra i vicoli della città. Una semplice porta e un campanello e, varcata la soglia, ci si trovava catapultati in un altro mondo.

Un viaggio nel tempo che portava ai rugenti anni Venti, all'America del proibizionismo, ai locali segreti gestiti da gangster che, facendosi beffe delle leggi contro il

consumo di alcol, lo facevano scorrere a fiumi nascosti in vecchi scantinati o nel retro di qualche attività più o meno lecita. La spettacolarità retrò del locale andava di pari passo alla maniacale ricerca di un legame fra passato e presente, fra tradizione e innovazione. A mio parere, è qui che si trova l'importanza assoluta di questo locale, il fatto di essere stato un ponte fra passato e presente. Il riportare in vita i cocktail di Jerry Thomas e degli altri protagonisti di quella che era stata l'epoca d'oro della miscelazione americana, soffiando via la polvere da vecchi ricettari, è solo una parte dell'opera magistrale dei creatori dello *speakeasy* romano. Ciò che ha reso questo locale uno dei simboli della miscelazione italiana, e non solo, è stato proprio prendere uno stile di miscelazione e portarlo nella contemporaneità.



LA RIVOLUZIONE DELL'HOME MADE

Non era così semplice far rivivere i cocktail del passato, considerando che, nella maggior parte di questi, alcuni ingredienti andavano letteralmente prodotti, per esempio, alcuni Bitter, tinture, syrup.

Così nasce, con il Jerry Thomas, anche la *“rivoluzione dell’home made”*. Il bancone del bar si trasforma in laboratorio e le competenze del barman vanno ben oltre la semplice conoscenza di ricette standardizzate.

Dopo il Jerry tutto cambia, l’idea stessa di miscelazione classica si trasforma radicalmente e si diffonde in ogni parte d’Italia. La rivoluzione che ha creato il Jerry Thomas è indiscussa ed è ciò che rende questo locale così speciale e importante per la miscelazione italiana. I successi che poi ha raggiunto sono ovviamente una conseguenza dell’ottimo lavoro svolto, che ha portato il locale a essere per 6 volte nei 50 best bar al mondo, e dell’aver saputo portare l’idea di *“fatto come una volta”* anche nella produzione di distillati, con la serie di Gin Del Professore, seguita da quella dei Vermouth. ■

TWIST ON CLASSIC. I GRANDI COCKTAIL DEL JERRY THOMAS

Per saperne di più sulla storia del **Jerry Thomas**, consultate il volume **“Twist on Classic. I grandi cocktail del Jerry Thomas”** edito da **Giunti**, dove i riflettori puntano sui primi dieci anni di storia del locale, che è stato indubbiamente artefice di una rivoluzione nella miscelazione italiana.

Prof. Jerry Thomas



MILANO

TRADIZIONE E INNOVAZIONE ALL'OMBRA DELLA MADONNINA

di Chiara Cossu

Camparino in Galleria, Bar Basso, Doping Club e Tripstillery: sono i quattro locali che abbiamo scelto per rappresentare al meglio la “Milano da bere” contemporanea.



LOMBARDIA

Una città in continua evoluzione, moderna e mai scontata, con i suoi rituali, che sa essere tradizionale e al contempo innovativa: è Milano. Qui l'aperitivo è una tradizione, un rituale, appunto, che ha legato il nome della città a marchi storici, divenuti simbolo del bere italiano.

Capace come nessun'altra di accogliere le novità, **Milano** abbraccia le nuove tendenze della miscelazione contemporanea. Abbiamo scelto quattro locali fra tradizione e innovazione che, a nostro parere, rappresentano al meglio la “Milano da bere” oggi. Una città che nulla ha da invidiare alle altre grandi capitali europee e mondiali.

CAMPARINO IN GALLERIA

Benvenuti nel cuore di Milano, in Galleria Vittorio Emanuele II, il salotto buono della città. Fondato da **Davide Campari** nel 1915, il **Camparino** divenne fin da subito un luogo di ritrovo d'eccellenza per Milano. Situato a pochi passi dal Duomo, in questo locale si respira letteralmente la storia stessa della città, passata e presente. Gli arredi in perfetto stile "liberty" lo rendono fascinoso ed elegante, un piccolo gioiello incastonato nel centro di Milano. È con la famiglia Miani, che dal dopoguerra fino al 2018 deterrà la proprietà del locale, che il Camparino rimane il simbolo assoluto dell'aperitivo milanese. D'altronde l'aperitivo a Milano è un rituale e rigorosamente è a base di **Campari** . Il **Campari Selz** , l' **Americano** , il **Negroni** , il **Campari Shakerato** sono istituzioni al Camparino. Come non provare il Campari e Selz rigorosamente fatto con l'iconica pompa selz, che è simbolo del locale da quel lontano 1915?



DOPING CLUB

Ci troviamo in Piazza Ventiquattro Maggio, di fronte alla Darsena, all'interno dell' **Aethos Hotel** . Per accedere al **Doping Club** occorre suonare un campanello. Una volta entrati, ci si catapulta nel passato, in un tripudio di arredi d'epoca, che hanno il sapore di una perfetta fusione di stili diversi: dal vittoriano al decò, passando per elementi in stile orientale. La drink list del Doping Club è dedicata alla genialità umana e a un equilibrio assoluto fra innovazione e tradizione. Lo stile old school si fonde bene con l'utilizzo di tecniche contemporanee e prodotti di nuova generazione. Semplicemente perfetto è il **Vieux Carrè** . Fra i signature, abbiamo provato il **Purple Haze** dedicato a **Jimmy Hendrix** , con **Tequila, Pisco, Chicha Morada** e **Chuncho Bitter** , morbido e delicato. Interessante anche il **Sine Metu** , dedicato a **Guglielmo Marconi** : Whiskey irlandese, Sherry fino, sesamo e pera.



BAR BASSO

Il **Bar Basso** di via Plinio rappresenta la storia della città. In questo bar dove nulla, letteralmente, è cambiato dagli anni '60, ci si immerge in un'atmosfera unica, con i camerieri rigorosamente in camicia bianca e papillon, ma con una verve assolutamente più popolare. Fra il banco e i tavoli di questo pezzo di storia di Milano sono passati grandi nomi dell'imprenditoria locale, della moda e della cultura cittadina. Anche qui l'aperitivo è un'istituzione. Qui sono stati inventati il **Negroni sbagliato** e il **Rossini** . L'immutabilità di questo locale colpisce ed è proprio questa la sua forza. La drink list del Basso è un vero e proprio monumento al classico. Fra le curiosità troviamo il **Negroni** servito rigorosamente nel " **bicchierone** ".



TRIPSTILLERY

Ultima creazione firmata **Flavio Angiolillo** , il **Tripstillery** sembra abbracciare a pieno la concezione della Milano più all'avanguardia, nel nuovo distretto di Porta Nuova, fra grattacieli e piazze di nuova concezione. L'idea è quella di legare il concetto di distilleria a quello del bar e sembra proprio che l'esperimento abbia avuto successo. Il locale è moderno e non scontato; il laboratorio a vista è d'impatto. Nel menu troviamo distillati e liquori fatti in loco, come i Gin e gli amari. La drink list è sorprendente: abbiamo provato il **n.3** , **Bullet Rye, Shiitake, Coffee Kombucha** , morbidissimo e con note delicate di caffè; il **n.4** , che attraverso **Belsazar Dry** , noce, pera e liquirizia, replica perfettamente il gusto di vino passito; il **n.8** , con gin **London Dry, Patchouli** , sandalo e foglie di papaya, semplicemente meraviglioso: floreale, fruttato e con un finale lunghissimo.





WHISKEY

LA RINASCITA DELL'IRISH WHISKEY

Negli ultimi anni in Irlanda sono nate diverse distillerie di Whiskey indipendenti, spesso a gestione familiare, particolarmente attente alla qualità del prodotto. Guidate dalla passione dei loro titolari, queste nuove realtà utilizzano orzo e cereali locali coltivati in maniera naturale e adottano interessanti innovazioni tecnologiche nel processo di fermentazione e distillazione.

di **Federico Mazzieri***



Oggi quando si parla di Whiskey irlandese lo si fa, purtroppo, prevenuti, con l'errata convinzione che si stia facendo riferimento a un distillato nato di recente e, in genere, considerato inferiore rispetto allo Scotch Whisky.

Si dimentica così che la nascita del Whisky, o Whiskey, sia combattuta tra l'Irlanda e l'isola di Islay e che la più antica distilleria in funzione al mondo si trova proprio in Irlanda: la **Kilbeggan Distillery**. Quando parliamo di **Irish Whiskey**, quindi, stiamo parlando di storia, tradizione e, da oggi, anche di avanguardia.

Quando parliamo di Irish Whiskey parliamo di storia, tradizione, ma anche di avanguardia

WHISKEY IRLANDESE E WHISKY SCOZZESE: LE DIFFERENZE

Per chi fosse novizio in Irish Whiskey occorre avere ben presente due concetti chiave per comprendere al meglio questo antico distillato: questo Whiskey si distingue dal cugino scozzese per la tradizionale tecnica della tripla distillazione in **Pot Still**, che rende lo spirito più leggero ed etereo, e per il **Single Pot Still Irish Whiskey**, che può essere prodotto solo in Irlanda e prevede l'utilizzo di orzo maltato, orzo non maltato e una piccola percentuale di altri cereali. La grande differenza tra Whiskey irlandese e Whisky scozzese (oltre alla "e" e alla tripla distillazione) è dovuta alla natura e alla dimensione dei loro produttori. Ad oggi in Scozia la maggior parte delle distillerie è stata acquisita da multinazionali orientate al continuo aumento dei volumi, mentre in Irlanda, grazie

BEVI RESPONSABILMENTE

Scopri i Nuovi 5 Volti Alpestre



ALPESTRE.COM

“...abbiamo intrapreso una strada contro corrente e anziché aggiungere elementi botanici di tendenza abbiamo “selezionato e suddiviso” quelli esistenti secondo la loro connotazione aromatica creando 5 volti di Alpestre.”

FULVIO PICCININO



al recente boom dell'Irish Whiskey, la maggior parte delle nuove distillerie è indipendente e spesso a gestione familiare. Come in tutte le realtà di eccellenza nel panorama enogastronomico, il fatto di avere persone guidate dalla passione alle redini delle attività è spesso una garanzia di qualità e continua ricerca.

LA STORIA RECENTE DELL'IRISH WHISKEY

Come detto, negli ultimi anni stiamo a tutti gli effetti assistendo al Rinascimento dell'Irish Whiskey. In questo periodo sono nate più di 30 distillerie indipendenti e la maggior parte di queste ha investito ingenti somme di denaro nella modernizzazione dei sistemi e dei processi produttivi. Fermentazione e distillazione non sono più attività svolte "come una volta": finalmente, qualcuno si è domandato se alcuni passaggi potessero essere migliorati sfruttando l'innovazione tecnologica dell'ultimo ventennio. Ciò che ne è nato ha dello straordinario e lo potremo provare in prima persona nei prossimi anni. Queste nuove distillerie hanno in comune il focus sulla qualità, piuttosto che sulla quantità; la maggior parte di esse utilizza orzo e cereali locali coltivati in maniera naturale, che, se è vero che offrono una minor resa alcolica, risultano incredibilmente più aromatici. In questo modo, inoltre, si sostengono l'agricoltura e l'economia dell'isola.



FERMENTAZIONE, DISTILLAZIONE E AFFINAMENTO IN BOTTE

Finalmente si è deciso di investire risorse, tempo e attenzione nella fermentazione, la fase del processo produttivo che spesso viene messa in ombra dalla distillazione, ma che risulta cruciale perché è proprio grazie ad essa che si creano le linee aromatiche del distillato. In questo caso abbiamo potuto vedere con i nostri occhi che molte nuove distillerie hanno optato per tini di fermentazione conici in acciaio (tipici del mondo della birra), con i quali possono avere estremo controllo sulle temperature e i tempi di fermentazione. Ovviamente anche la scelta dei lieviti ha la sua importanza e gli irlandesi ci stupiscono ancora, in quanto hanno ampliato la gamma di lieviti utilizzati prendendo spunto dal mondo della birrificazione e della vinificazione, oltre che dai cugini americani, al momento i pionieri in materia. Passando invece alla fase di distillazione, la maggior parte delle nuove distillerie ha optato per le nuove generazioni di alambicchi. Pur restando nella tradizionale categoria dei Pot Still in rame, abbiamo potuto vedere e, talvolta, scoprire, innumerevoli innovazioni che interessano principalmente due aspetti: il contatto dei vapori con il rame e il reflusso. Il primo ha una funzione catalizzante e purifica il distillato dai possibili errori di fermentazione, legandosi con lo zolfo e i suoi derivati; per aumentare il contatto dei vapori con le superfici in rame sono stati apposti nella parte superiore di alcuni alambicchi dei fogli ripiegati di questo metallo e per evitare sprechi o problemi di manutenzione spesso le camere di ebollizione

Tra le distillerie della nuova era dell'Irish Whiskey c'è anche l'italiana Dream Whisky, fondata da Federico Mazzieri e Marco Maltagliati

GIN

Fortunato Amatruda

Botaniche prevalenti: angelica,
verbena, lavanda.

Servire affiancato ad una bitter
tonic, oppure ghiacciato per
degustazione.

CAPACITÀ 700 ml



(la parte inferiore dell'alambicco) sono in acciaio. Per quanto riguarda il reflusso, vero strumento per gestire l'arte della distillazione, che consiste nel ritorno dei vapori alcolici in camera di ebollizione, sono stati aggiunti dei condensatori all'interno del collo dell'alambicco, regolandone la temperatura. È come se una distilleria disponesse di centinaia di alambicchi di forme diverse: in questo modo si potrà dar vita a Whiskey di stili e caratteri differenti tra loro. Questa è pura avanguardia! Giungiamo infine all'ultima fase del processo produttivo del Whiskey, l'affinamento in botte. Anche in questo caso le neo-distillerie irlandesi non scendono a compromessi e decidono di utilizzare quasi esclusivamente botti di primo passaggio, ossia che non hanno contenuto altri distillati oltre quello di provenienza (**ex-Sherry, ex-Bourbon, ex-Rum** ecc.). Si tratta di botti che provengono direttamente dalle distillerie o dalle bodegas di origine, senza passare attraverso nessun intermediario o cooperage, in cui freschezza e tracciabilità sono garantite. L'utilizzo di legni di prima scelta garantisce un invecchiamento più rapido, ma non di minore qualità: i cask, ancora ricchi di profumi, e il legno ancora giovane danno al Whisky la possibilità di estrarre molti più sentori e raggiungere una maggior complessità. Se volessimo tirare le somme e dare un giudizio generale a questa rinascita dell'Irish Whiskey potremmo dire che l'Irlanda ha sicuramente guardato alla Scozia per diversi anni, scrutando dall'ombra e analizzando ogni singolo dettaglio, sia produttivo che commerciale, ha imparato dai migliori per proporsi oggi più pronta che mai a presentare un nuovo concetto di Whiskey, la cui parola chiave è qualità. E, finora, non ha sbagliato una sola mossa.



* Federico Mazzieri, Cofounder e General Manager di Dream Whisky.

UN IRISH WHISKEY CON UN'IMPRONTA MADE IN ITALY

Dream Whisky è un'azienda italiana di imbottiglieri indipendenti che, dopo aver dedicato la propria vita al re dei distillati, hanno coronato il sogno di aprire una propria distilleria e produrre il primo **Single Malt Irish Whiskey** creato da italiani in Irlanda. **Matthew**, questo il nome del neonato Whiskey, affonda le sue radici nella tradizione irlandese e allo stesso tempo celebra lo stile di vita italiano, proiettato da sempre verso l'eccellenza in tutte le sue forme espressive.

Matthew rappresenta il concetto di classico nella sua più nobile accezione: è un Whiskey che rispetta la leggendaria tradizione da cui deriva e racchiude quell'eleganza e quella perfezione che ne hanno decretato il successo nei secoli. Allo stesso tempo, è un prodotto proiettato verso il futuro attraverso l'avanguardia della tecnica e dei processi produttivi. Cento per cento orzo maltato irlandese, l'unione di due tecniche tradizionali, doppia e tripla distillazione a **Pot Still** e utilizzo esclusivo di botti **first fill ex-Bourbon** ed **ex-Sherry**: questi i tratti distintivi di Matthew, che Dream Whisky produrrà nella propria distilleria in Irlanda, un sogno che sta prendendo vita grazie alla passione con la quale la società sta lavorando, reclutando i migliori collaboratori e definendo ogni singolo dettaglio.





DISTILLATI

BOTANICALS: LA NUOVA FRONTIERA DEL GIN

Dagli anni Duemila c'è stato uno studio quasi ossessivo degli elementi aromatizzanti, che ha rivoluzionato l'idea del Gin, tanto da farci chiedere se questo distillato può ancora essere chiamato con il suo nome.

di **Jacopo Lancerin***



Il Gin è una bevanda spiritosa ottenuta mediante distillazione di ginepro in alcool di origine cerealicola, con aggiunta di *botanicals*, ossia erbe, spezie, piante, radici e aromi utilizzati per dare unicità e particolarità al distillato. Proprio grazie a questi ultimi, negli anni il mondo del Gin è cambiato: dagli anni 2000 in poi c'è stato uno studio quasi ossessivo degli elementi aromatizzanti da parte di distillatori e produttori, che, per quanto poco, hanno rivoluzionato l'idea del Gin stesso.

LA STORIA: LE PRIME BEVANDE A BASE GINEPRO

Per capire l'evoluzione del Gin, dobbiamo partire dall'inizio. Siamo nel 1100 d.C, ci troviamo in Italia, precisamente a Salerno, in un periodo in cui la città campana vantava la più grande scuola di medicina nel nostro Paese. Per la produzione di medicinali, era usuale inserire nei distillatori delle piante rinomate per le loro proprietà terapeutiche, tra cui il ginepro, noto antisettico e tonico, che tra l'altro cresce molto nella zona circostante. Era forse Gin? È molto probabile. Verso la fine del 1340 arriva in Europa la peste nera. Conoscendo le proprietà diuretiche

del ginepro, le persone lo usavano in qualsiasi modo possibile per sfuggire alla peste. Ci sono quindi tante variabili che ci permettono di dire che gli europei bevevano spiriti a base ginepro già nel XIV secolo.

DAL GENEVER AL GIN ACT

Fino a poco tempo fa si presumeva che l'invenzione dello **Genever**, distillato di frumento od orzo al gusto di ginepro, fosse attribuita al **Dott. Sylvius**. Esistono, però, dei manoscritti olandesi del XVI secolo che fanno riferimento a una bevanda chiamata Genever: siamo quindi certi che questa bevanda fosse facilmente reperibile nei Paesi Bassi ancor prima dell'arrivo di Sylvius. Attorno alla metà del XVII secolo, molti olandesi vivono a Londra e nello stesso periodo gli inglesi hanno già abbreviato la parola Genever in Gin. Da qui gli inglesi, che devono tornare ogni volta nei Paesi Bassi per recuperare la bevanda, cominciano a produrla: sorgono così le prime distillerie a Bristol, Plymouth, Portsmouth e Londra. Il gin ha un grande exploit e nel 1680 **Guglielmo III d'Orange**, ovviamente per questioni "politiche", vieta l'importazione di Brandy francese in Inghilterra. La folgorante storia del gin in Inghilterra continua con la **Regina Anna**, cognata del

Ci sono tante variabili che ci permettono di dire che gli europei bevevano spiriti a base di ginepro già nel 1300.



Il Gin è una bevanda spiritosa ottenuta mediante distillazione di ginepro in alcool di origine cerealicola con l'aggiunta di botanicals

defunto Guglielmo III, che nel 1702 promulga una legge che consente la produzione di gin anche senza licenza: questo porta a una crescita altissima del consumo pro-capite. Ma nel 1736 la promulgazione del **Gin Act** proibisce sia la produzione di gin senza licenza che la vendita di quantità inferiore a due galloni.

L'ARRIVO DEL LONDON DRY GIN

Per difendersi dalla malaria, agli inizi dell'800 i soldati britannici in India consumano grandi quantità di acqua al chinino. Per renderne più gradevole il sapore, decidono di miscelare l'acqua al chinino con il Gin e di aggiungere zucchero e soda: nasce così il **Gin Tonic**. Gin e angostura, con aggiunta di acqua e chinino, è invece il drink preferito dagli ufficiali, che sarà presentato in Gran Bretagna alla **Grande Esposizione di Londra** nel 1862 con il nome di **Pink Gin**. Ma una svolta importante nella storia del Gin avviene un po' prima, attorno agli anni Trenta dell'800, quando viene introdotto l'alambicco a colonna (conosciuto anche come **Coffey Still** o **Distillatore Continuo**), che permette la produzione di spiriti ad alta gradazione in modo abbastanza rapido e semplice, con il grande vantaggio di produrre spiriti puliti, con pochissime impurità. Grazie al distillatore continuo,

alla fine del 1800 farà la sua apparizione il London **Dry Gin**, che porterà l'invenzione di cocktail come il **Dry Martini Gin**.

L'AFFERMAZIONE DEL GIN E I CONTEMPORARY GIN

Contemporaneamente, però, nei primi american bar, per i cocktail con ingrediente gin il bartender usa Genever, vista la somiglianza gustativa di questo con il whisky, distillato in voga in quel periodo in America, che però lascia spazio al gin con l'avvento dell'**Old Tom Gin**, un gin un po' più dolce che si sposa bene con il vermouth. Il gin è molto più facile da reperire e diviene più apprezzato del whisky, anche perché non necessita di invecchiamento e costa meno. E anche dopo il proibizionismo il gin resta in auge, fino agli anni Sessanta, quando la vodka, ottima spalla alcolica e adatta a ogni drink, lo relega negli angoli bassi delle bottigliere. Sarà così fino ai primi anni 2000: siamo in Spagna, Paese che sta vivendo un'onda incredibile, con la nascita di nuovi ristoranti stellati e con la cucina spagnola che comincia a essere tra le migliori in tutto il mondo in quanto a sperimentazione. Nei grandi ristoranti si bevono "grandi" vini rossi e i bicchieri disponibili sono i balloon. Ma attenzione: siamo in Spagna, fa caldo fuori e in cucina. Bere vino rosso, per gli chef, non sembra un'ottima idea a queste temperature, quindi, perché non utilizzare i balloon per i Gin Tonic, inserendo elementi gastronomici all'interno? Bacche di ginepro, rametti di piante officinali, scorze di agrumi e chi ne ha più ne metta. Ed è allora grazie alla Spagna che nasce il Gin Tonic contemporaneo. Ed è da qui che nasce l'esigenza di creare prodotti con una storia, con un legame con il territorio e con dei botanicals selezionati, che stanno ricoprendo un ruolo fondamentale nella produzione del gin. Insomma, da ginepro distillato alla buona in un miscuglio di segale e frumento, siamo arrivati a distillati di due, tre, dieci, venti, quarantasette botanicals, anche se c'è chi ne aggiunge solo una al ginepro, con lo scopo di esaltare le singole botani-



che e semplificare il lavoro del barman, mantenendo predominante la parte gineprina. Il primo produttore a interagire con questo nuovo mondo del gin sembra sia **Hendrick's**, ponendosi in una fascia di prezzo medio-alta e proponendo per primo il suo famoso perfect serve: Gin tonic con la fetta di cetriolo. Giusto per citarne qualcun altro, aggiungiamo **Gin Mare**, il gin spagnolo distribuito da **Compagnia dei Caraibi**, caratterizzato proprio dal Gin tonic in balloon con un rametto di rosmarino come garnish. Uno dei Paesi più in rilievo per il "*Gin Contemporaneo*" è proprio l'Italia, che oltre a vantare la più grande produzione di ginepro al mondo, ha anche la maggior biodiversità e può, quindi, utilizzare tantissimi prodotti autoctoni per la realizzazione di questo distillato, donandogli un'importante impronta territoriale. Negli ultimi anni, infatti, i numerosi nuovi e vecchi produttori si sono sbizzarriti nella produzione di gin, selezionando botanicals caratteristici della loro terra. Possiamo dire, quindi, che i contemporary gin sono gin che si contraddistinguono per l'uso di botaniche non tradizionali.

BOTANICALS E INNOVAZIONE NEL MONDO DEL GIN

Questo è un quesito che mi son posto negli ultimi anni, pensando da barman, da Brand Ambassador e da "*produttore*": dapprima nello studio dei botanicals e poi nella distillazione, dobbiamo ricor-

darci che il sapore predominante del Gin deve essere il ginepro. Troviamo prodotti (senza offendere nessuno, sono opinioni personali) nei quali la parte di ginepro è quasi inesistente e si sentono solo gli aromi, che dovrebbero essere secondari. Il cliente, in questo modo, percepisce il gin in un'altra ottica. Perché lo si fa? Per moda? Per rendere il Gin accessibile a tutti a livello gustativo? Oltretutto, in un mercato così saturo, c'è realmente bisogno di spingersi oltre "*innovando*" questo prodotto, rendendolo quasi irriconoscibile? Concedetemi questo dubbio. Per molti "*Gin Lovers*" e produttori è quindi fondamentale rimanere fedeli al gin e alla sua storia, senza accantonare il ginepro a favore delle botaniche in aggiunta. Arriviamo dunque a un punto in cui la categorizzazione di questi "*Contemporary Gin*" risulta difficile e ci chiediamo, soprattutto, se possono essere ancora chiamati gin o se in futuro possano essere definite altre categorie. Ad ogni modo, dalla sua creazione, questo distillato non ha mai avuto così tanto successo come in quest'epoca e ciò si deve anche grazie a molti maestri del mondo del beverage che hanno permesso di ridisegnarlo, presentando nuovi tipi, come dicevo prima, quasi impossibili da categorizzare, lavorandoli ad hoc e con grande fantasia e innovazione in molti drink. ■■■

* Jacopo Lancerin, Bar Manager Bombè di Parma

Dai tempi della sua creazione, il Gin non ha mai avuto tanto successo come nell'epoca contemporanea



SOTOL

IL SAPORE DEL DESERTO

di Giovanni Campari

Le parole non bastano per descrivere la profondità e le emozioni che un distillato antico come il Sotol può suscitare, ma possono chiarire qualche dubbio e risvegliare la curiosità verso lo spirito autentico del deserto.





Sotol è lo spirito del deserto. L'unico distillato tradizionale messicano che non deriva dall'agave, ma da una pianta diversa, il *Dasylium*, chiamata anche dalla gente del posto *Planta de Sotol*.

È una pianta grassa, che cresce spontanea nelle regioni desertiche del Mexico nordestino e degli Stati Uniti meridionali (i *Gringos* la chiamano *Desert Spoon*). Il *Dasylium* veniva già fermentato e distillato dagli abitanti di queste terre molti secoli fa: ritrovamenti archeologici risalenti al secolo XIII dimostrano che varie culture indigene nell'attuale stato di Chihuahua, ne ricavano una bevanda alcolica fermentata, mentre fu a partire dal XVI secolo che i coloni spagnoli iniziarono a distillare tale bevanda per produrne un distillato. Nonostante sia ancora molto poco diffuso, il Sotol viene prodotto da cinquecento anni.

Sotol è l'unico distillato tradizionale messicano che non deriva dall'agave, ma dal *Dasylium*, chiamata anche *Planta de Sotol*

PIANTA E TERRITORIO FANNO LA DIFFERENZA

Abbiamo detto che il Sotol non è un distillato di agave; tuttavia, ha moltissime similitudini con i Mezcal per il processo produttivo. A distinguerli sono sostanzialmente due cose: la pianta e il territorio. Qui bisognerebbe aprire una parentesi, perché quando sento parlare dei **Mezcal** in modo schematico, accomunati sotto ben determinate caratteristiche organolettiche, comprendo che il mio interlocutore non conosce bene la vastità e la complessità non soltanto del Mezcal, ma dei distillati di agave in generale. Ogni specie, infatti, è diversa, ha un gusto particolare che la distingue dalle altre; il terreno e il clima in cui cresce marciano fortemente il carattere della pianta; quindi, le sue caratteristiche organolettiche una volta che verrà processata (cotta, fermentata e distillata) e l'età della pianta giocano un ruolo fondamentale.





Se mediamente da una pianta di agave si ricavano diverse bottiglie di Mezcal, da una Planta de Sotol si ricava circa una bottiglia di distillato

Sappiamo che le piante giovani non hanno il tempo di assimilare la mineralità del terreno, a maggior ragione se sono coltivate. L'industria della Tequila e del Mezcal, spinta da una domanda di prodotto via via crescente, si è vista costretta a fare delle scelte necessarie per poter fornire prodotti "di linea" a prezzi competitivi. Ciò significa approvvigionarsi di agavi coltivate, della varietà più diffusa e con pochi anni di vita. Solo per fare un esempio, il distillato di una **Espadin** coltivata e irrigata di 4-5 anni non potrà mai eguagliare la complessità e la profondità di quello di un'agave selvatica di 10-15 anni. Quando comparate i prezzi delle bottiglie di Mezcal pensate a questa cosa e chiedetevi se state confrontando mele con mele e non mele con pere, altrimenti sarebbe come confrontare il prezzo di un Chianti con quello di un Brunello di Montalcino. Ma torniamo al Sotol, questo distillato viene fatto con piante di *Dasyliirion* selvatiche che crescono spontanee in climi desertici, una delle sue particolarità, infatti, deriva dal fatto che nelle regioni desertiche ci sono pochissime precipitazioni e perciò le piante impiegano molti anni per giungere a maturazione completa, addirittura fino a 20. Inoltre, la resa di una pianta di Sotol in zuccheri è minore quella di un'agave; se mediamente da una pianta di agave si ricavano diverse bottiglie di Mezcal, da una pianta di Sotol si ricava circa una bottiglia di distillato, anche perché le "cabezas" di *Dasyliirion* sono più piccole delle "piñas" di **Maguety**. Il Sotol viene regolamentato a partire dal 2004 (anno in cui nasce il **Consejo Mexicano del Sotol**) e può essere prodotto solamente negli stati messicani di Chihuahua,

Coahuila e Durango a partire da piante di *Dasyliirion* che normalmente crescono spontanee e vengono raccolte a completa maturazione, raggiunta mediamente dopo 15 anni. Ciò che rende il Sotol così diverso dai distillati di agave è il suo gusto, l'unica caratteristica comune di tutti i Sotol artigianali che ho assaggiato (poiché, è bene specificarlo, esistono anche delle versioni di Sotol anonime e "industriali", dove il processo di cottura è simile a quello dell'industria della Tequila e la distillazione avviene con alambicchi a colonna) è un sapore terroso e minerale: il sapore del deserto. Proprio perché le piante di *Dasyliirion* crescono spontanee con la pochissima acqua che ricevono dal cielo e durante questa lenta crescita concentrano gli elementi del suolo. Chiaramente, se assaggiamo dieci Sotol, troveremo dieci profili diversi, ognuno espressione di chi lo ha fatto, e le variabili in gioco sono molte: in primis la varietà della pianta (esistono molte varietà di *Dasyliirion*: **Leyophillum**, **Wheeleri**, **Cedrosanum**, **Texanum** ecc.) poi il terreno nel quale è cresciuta, ma anche come è avvenuto il processo produttivo.

L'INSEGNAMENTO DI GERARDO

Dopo quattro lunghi viaggi a Chihuahua, nei quali ho avuto il privilegio di imparare a conoscere il Sotol da chi lo produce da molte generazioni, ho realizzato la mia interpretazione di questo distillato (**Sotol Padre de Las Serpientes**)

nel rispetto della tradizione autentica. Ho vissuto per molte settimane nella casa del più iconico sotolero del Messico, **Gerardo Ruelas**, con il quale ho stretto un rapporto di amicizia; da lui ho imparato molte cose su raccolta, cottura, fermentazione e distillazione del Sotol. Gerardo produce Sotol nella sua vinata appena fuori dalla città di Aldama, a 30 km da Chihuahua.

Tutto inizia dalla raccolta delle piante mature, le quali vengono private delle “*pencas*” (foglie) e sono chiamate “*cabezas*”, che non possono essere utilizzate senza prima trasformare i fruttani (zuccheri complessi non fermentescibili) come l’inulina, presenti nella pianta, in fruttosio (zucchero semplice fermentescibile). Per ottenere questo risultato è necessaria una cottura (che avviene anche nelle agavi) e il modo in cui è condotta condiziona moltissimo il risultato. L’agave per la Tequila viene generalmente cotta in autoclavi dove il vapore a pressione raggiunge temperature molto elevate riducendo enormemente i tempi (6 ore), mentre Mezcal e Sotol vengono cotti in forni interrati su braci di legna; la cottura è lenta e dura circa 3 giorni, durante i quali si sviluppano sentori affumicati e caramellizzazione degli zuccheri. Naturalmente, questi aspetti si possono gestire nel processo. Gerardo utilizza un “*horno de piso*”, ossia un forno interrato cilindrico fatto di mattoni, che permette di sviluppare maggior calore rispetto alle fosse scavate nel terreno che usano molti mezcaleros. Dopo la cottura si apre el horno e le cabezas vengono prima spaccate in due con delle asce e poi tritate in un mulino a martelli; il trinciato che ne deriva viene messo in tini aperti e mescolato con acqua per permettere la dissoluzione degli zuccheri e delle altre sostanze. Dopo alcune ore, ha inizio la fermentazione spontanea, che dura circa una settimana, al termine della quale si raggiunge una gradazione alcolica attorno a 3-5% ABV (alcohol by volume). A questo punto liquido e parte solida residua della pianta (bagazo) vengono messi a distillare in un alambicco di rame alimentato a legna. Dopo una doppia distillazione si ottiene un distillato di circa 50% ABV, che viene rettificato con acqua fino alla gradazione desiderata, per essere imbottigliato come Sotol **Blanco**, oppure, senza sottoporlo alla diluizione, viene messo in botti per l’invecchiamento. I Sotol invecchiati vengono distinti in base al tempo di invecchiamento in botte: **Reposado** (da 6 mesi a 1 anno), **Añejo** (da 1 a 3 anni), **Extra Añejo** (oltre 3 anni). 



L'AUTORE

Giovanni Campari, classe 1977, laureato in Scienze e Tecnologie Alimentari, mastro birraio con un track record internazionale di successo, dopo 13 anni vende il suo **Birrificio del Ducato** al gruppo belga **Duvel-Moortgat** e si dedica full time a **G.C. Spirits**, il suo progetto di distillati che raccontano le terre. Inizia nel 2021 con **Gin Terrae**, tre London dry gin da botaniche selvatiche, e prosegue la sua ricerca esplorando le terre del Messico con la linea di distillati messicani **Padres de la Tierra**.





COCKTAIL

PROTOCOLLO MANHATTAN

È uno dei classici della miscelazione, ma è anche quello con la storia più intricata. Ladies and Gentlemen, ecco a voi il Manhattan Cocktail.

di Luca Tesser

La storia del Manhattan, un classico della miscelazione, è tanto affascinante quanto confusa. Si tratta di uno di quei cocktail per i quali non si ha effettivamente un'origine ben precisa. Ovunque si legge che è stato creato nel 1874 al **Manhattan Club** di New York, durante un evento mondano organizzato da **Jennie Jerome** in onore di **Samuel Tilden**, allora governatore dello stato di New York e candidato alla presidenza. Gli stessi archivi del Manhattan Club di NYC ci danno testimonianza che il famoso cocktail sia stato creato

proprio in quella circostanza, ma è la verità? Pare proprio di no.

Dobbiamo renderci conto che molti cocktail della seconda metà del XIX non hanno origini così chiare. Di molti non abbiamo alcuna notizia di chi li abbia creati, sappiamo solo che circolavano e venivano serviti in più varianti. Prima di **Harry Johnson** e di **Jerry Thomas** non esistevano pubblicazioni di ricettari. Il fatto che la ricetta del Manhattan compaia nel libro di Johnson nel 1882, **Bartender's Manual**, non vuol dire certo che il cocktail sia stato inventato da lui.

In realtà alcuni cocktail sono frutto di un'evoluzione: nel caso del Manhattan si tratta molto probabilmente della trasposizione in un cocktail a base di whisky di un **Martinez**. La struttura dei due cocktail è pressoché identica, se si fa riferimento alle ricette più elaborate.

Nel ricettario di Johnson, infatti, si fa riferimento a un cocktail a base di Rye o Bourbon whiskey, vermouth, gum syrup, orange bitter o assenzio. Si tratta indubbiamente di un cocktail molto più morbido rispetto alla classica ricetta che unisce rye whisky a vermouth e ad Angostura bitter. Le proporzioni della ricetta di Johnson fra whisky e vermouth sono alla pari, esattamente come il Martinez. Concedetemi una riflessione: il fatto che un martinez si sia trasformato in un Manhattan non mi sembra affatto poco plausibile. Alla fine, basta sostituire il gin con il whisky.

LA RICETTA DEGLI ANNI VENTI

La ricetta che invece noi tutti conosciamo si consolida in particolare intorno agli anni Venti, quindi in pieno proibizionismo. La trasformazione è totale. Il cocktail diventa notevolmente più secco. Un motivo è il passaggio dal whisky americano a quello canadese, che lo sostituisce fra il 1919 e il 1933, a causa delle leggi proibizioniste.

Ma la secchezza aumenta anche perché cambiano notevolmente le proporzioni in favore del whisky. Ci troviamo di fronte a un'evoluzione che porta il Manhattan a semplificarsi. La morbidezza e le note aromatiche si affievoliscono, spingendo verso un taglio più deciso e pulito. Si tratta di un percorso assolutamente al passo con i tempi: il gusto generale, infatti, fra la fine del XIX secolo e gli anni Quaranta del 1900 è assolutamente a favore del secco. L'evoluzione poi si stabilizza, cristallizzando la ricetta del Manhattan nel tempo.

Le personalizzazioni del Manhattan cocktail che caratterizzano il buon ritorno al passato favoriscono le ricette che privilegiano i whisky americani e i vermouth di qualità, riportando il cocktail ad avere un carattere più storico, ma anche donandogli una personalità più spiccata, ammorbidendolo e aprendolo a note aromatiche più complesse. III

DA MANUALE

Harry Johnson's Bartenders' Manual 1882 - Manhattan

- ½ wine glass of whiskey
- ½ wine glass of Vermouth
- 1 or 2 dashes of gum syrup
- 1 o 2 dashes of Curaçao or absinthe
- Lemon Peel

LA RICETTA ANNI VENTI

Manhattan Cocktail

- 2 parti Rye Whiskey
- 1 parte Vermouth Rosso
- 2 dashes Angostura Bitter

RITORNO AL PASSATO

The Savoy Cocktail Book 1881 - Manhattan Cocktail

- ½ Vermouth Italiano
- ½ Rye Whiskey o Canadian Club





CLASSIC COCKTAIL

SAZERAC E VIEUX CARRÉ

Due cocktail simbolo di New Orleans, una città di rilevanza strategica e punto di riferimento per la miscelazione classica, con influssi commerciali importanti e con un bagaglio storico d'eccezione. Qui Cognac e assenzio fanno respirare aria di Francia.

di Luna Maller

SAZERAC

Il nome di **Antoine Amédée Peychaud**, un farmacista creolo trasferitosi a New Orleans dalle Antille, è indissolubilmente legato al cocktail simbolo di New Orleans, il **Sazerac**. Siamo nella prima metà del XIX secolo e stiamo parlando di uno dei cocktail più antichi al mondo, il cui ingrediente più rappresentativo è il bitter, che porta il nome del suo creatore, Peychaud. Pare si trattasse di una ricetta di famiglia. Già alla metà del secolo il Sazerac era divenuto famosissimo a New Orleans e ancora oggi è il cocktail simbolo della città. In un certo senso il Sazerac ha contribuito a creare l'idea stessa di cocktail. Si va oltre il Punch e ci troviamo davanti a un cocktail che, come pochi altri, rappresenta la definizione stessa di classico. Un cocktail per definizione ha quattro ingredienti: uno spirit, acqua, un bitter e zucchero. Il Sazerac è composto da Cognac, zucchero, acqua, Peychaud bitter e assenzio. È addirittura probabile che lo stesso termine "cocktail" sia legato a questa bevanda, che veniva preparata per mezzo di una "coquetier", utilizzata come una sorta di Jigger. Il passo fra "coquetier" a "cocktail" effettivamente è breve. Curioso è il fatto che non fu Antoine a commercializzare il suo bitter, ma **Thomas H. Handy**, si presume con il benessere della famiglia Peychaud. La compagnia che



produce ancora oggi il bitter prende il nome dal cocktail di Peychaud: Sazerac è una delle più importanti produttrici di distillati e liquori degli Stati Uniti. La preparazione è semplice. Basta bagnare una zolletta di zucchero con il **Psychaud's bitter**, schiacciarla, versare il Cognac e diluire il tutto con ghiaccio. In un bicchiere a parte si versa una piccola parte di assenzio, bagnandone le pareti, anche se, personalmente, preferisco usare un vaporizzatore. Successivamente, non dovremo fare altro che versare il Cognac mescolato con lo

zucchero e il Peychaud nel bicchiere profumato d'assenzio e aggiungere olii essenziali di limone. Nel corso del tempo il Cognac è stato sostituito dal rye Whisky, ma ultimamente si è ritornati alla ricetta originale con il Cognac.

LA RICETTA Sazerac

- 2 oz di Cognac
- 1 zolletta di zucchero
- 2 dashes di Peychaud's Bitter
- ¼ oz di Assenzio

VIEUX CARRÉ

L'altro cocktail che rappresenta a pieno lo spirito di New Orleans è il **Vieux Carré**. Cocktail di carattere, un classico d'eccezione, anch'esso legato al **Psychaud's bitter** e agli influssi francesi di New Orleans. Siamo nel 1937, la creazione di questo cocktail si deve a **Walter Bergeron**, head bartender del **Monteleone Hotel** di New Orleans, lo stesso hotel dove nel 1949 aprirà il **Caurosel**, che ancora oggi è uno dei più spettacolari cocktail bar del quartiere francese, con il suo meraviglioso banco/giostra. Ed è proprio al Caurosel che il cocktail diviene famoso.

Il Vieux Carré può essere visto come l'evoluzione del **Sazerac**, ma in chiave più moderna: un salto temporale da un cocktail tipicamente di stampo ottocentesco a uno della prima parte del secolo successivo. L'aromaticità del cocktail è stupefacente, un equilibrio pressoché perfetto fra le note erbacee del **Bénédictine**, la profondità del rye Whiskey e del Cognac, la morbidezza dolce e amaricante del Vermouth e la squillante energia del Psychaud's bitter. La presenza di ingredienti "francesi" è determinante. Cognac e Benedictine trasmettono quella "magia" che rende il cocktail unico e accattivante, affascinante come le vie del quartiere francese di questa meravigliosa città. Si tratta in tutto e per tutto di un cocktail dedicato all'euforia e al fascino di New Orleans, come se fosse lo specchio stesso di una notte passata a Bourbon Street fra le vetrine e i bar pieni di gente in un tripudio di colori e di musica jazz. III



LA RICETTA Vieux Carré

- ¾ oz rye Whiskey
- ¾ Sweet Vermouth
- ¾ oz Cognac
- ¼ oz Bénédictine
- 1 dash Peychaud's Bitter



L'AFFUMICAZIONE

L'INSOSTENIBILE FASCINO DELLO SMOKED COCKTAIL

Per regalare a un drink una sfumatura calda ed eterea allo stesso tempo, lo si può sottoporre alla tecnica dell'affumicazione e renderlo, così, uno smoked cocktail.

di Luca Tesser

Il più comune metodo per affumicare un cocktail è utilizzare un affumicatore, strumento che, come in tanti altri casi in miscelazione, ci viene prestato dalla cucina. Si tratta di un macchinario che, aspiran-

do aria, permette di pompare fumo attraverso un tubo dentro una campana di vetro. Il fumo verrà prodotto bruciando combustibile (legno, erbe, spezie) in un apposito alloggiamento situato in cima all'affumicatore e si accumulerà sotto una

campana di vetro, al cui interno andremo a mettere il nostro cocktail. Al drink viene così diffuso l'aroma del combustibile selezionato.

Si tratta di una tecnica volta a impreziosire il cocktail con la morbidezza del fumo. Le variabili che si possono ottenere sono pressoché infinite: si possono usare differenti tipi di legno, mescolandolo a erbe e spezie varie. Proviamo a pensare a un semplicissimo Negroni arricchito da un'affumicatura al legno di melo e cannella o a un Old Fashioned affumicato con anice stellato e legno d'olivo. L'affumicazione è in grado di regalare al cocktail un qualcosa di unico, una sfumatura calda ed eterea allo stesso tempo. Oltre a questo, servire uno smoked cocktail offre un effetto spettacolare, che sicuramente non guasta.

L'AFFUMICAZIONE E I NOSTRI SENSI

In termini sensoriali, l'affumicazione lavora su piani diversi: stuzzica il naso, riempiendolo di un aroma intenso e duraturo, mentre sul piano del gusto incide in maniera più o meno decisa, ammorbidendo e donando una piacevole sensazione di fumoso.

Un cocktail affumicato non ha mai un aroma persistente, nel senso che il contatto di un liquido con il fumo reagisce quasi solo in superficie, dando al drink qualcosa che poi svanisce, come una nota misurata dal tempo, che ha comunque qualcosa di incredibilmente affascinante. 

LA RICETTA

Magick

by J.Roger Speakeasy, Parma

- 1 oz Mezcal La Herencia de Sanchez
- 1 oz Vermouth del Professore Rosso
- 1 oz Bitter del Professore
- ½ oz Rabarbaro Quaglia
- Affumicazione legno di faggio e cannella



Legni, spezie ed erbe per l'affumicazione

• I legni

Per la combustione si possono usare diversi tipi di legno. Si tratta di trucioli derivati da piante come olivo, faggio, quercia, melo, ciliegio. Ogni legno avrà un aroma differente, mostrando più o meno affinità con il drink scelto.

• Le spezie

Un altro tipo di combustibile, che nella maggior parte dei casi si abbina al legno, sono le spezie: pepe, cannella, anice stellato sono tra i più utilizzati.

• Le erbe e la frutta essicata

Radici, fiori e frutta essiccati sono altri elementi utilizzabili per la combustione: zenzero, mela, ananas, petali di calendula, boccioli di rosa, noce moscata, foglie di quercia, aghi di pino sono degli esempi.





LA STORIA CONTINUA

Nata nel 1962, oggi è tra le cinque migliori aziende di distribuzione di bevande, liquori e spirits a livello nazionale. È la veneta Mavolo Beverages, che nel 2023 lancia uno spin off per il catalogo di prodotti premium e ultra-premium e si appresta a tagliare il traguardo dei 100 milioni di fatturato.

di **Giorgia Andrei**

È in una piccola distilleria che inizia, nel 1962, la storia di Mavolo. Qui, infatti, Antonio Mavolo avvia un'attività di distillazione e imbottigliamento con vendita al dettaglio di bevande.

Saranno poi i figli, Alessandro ed Elisabetta, negli anni Duemila, a orientare l'attività verso la commercializzazione di liquori nel canale ingrosso, partendo dalla loro regione, il Veneto, per poi espandersi in tutta Italia.

Oggi **Mavolo Beverages** figura tra le cinque migliori aziende di distribuzione di bevande, liquori e spirits a livello nazionale e nel 2022 ha realizzato 93 milioni di fatturato, registrando una crescita di oltre il 20% rispetto all'anno precedente. Se queste proiezioni saranno confermate anche sui prossimi mesi, l'azienda chiuderà il 2023 superando l'obiettivo dei 100 milioni di fat-

turato. Come ha detto recentemente **Alessandro Mavolo**, Ceo della società di Carmignano di Brenta, in provincia di Padova: "La domanda di liquori e spirits upmarket di fascia alta sta trainando il mercato e questa tendenza sarà destinata a imporsi nei prossimi anni. Grazie alla qualità del nostro portfolio - 47 brand per 165 etichette - siamo in grado di rifornire i migliori grossisti di bevande, le insegne più rinomate della grande distribuzione organizzata e, da quest'anno, anche i punti di consumo dell'horeca diretta, grazie alla rete capillare di agenzie specializzate presenti su tutto il territorio italiano. Non è un punto d'arrivo, ma la tappa significativa di un percorso iniziato nel 1962 come piccola distilleria e proseguito come specialisti della distribuzione, con una profonda conoscenza del mercato e la solidità strutturale garantita da una disponibilità logistica di 18mila metri quadri".

Ma quali sono i prodotti che si vendono meglio? Il Gin si riconferma lo spirit best seller, che prosegue la sua crescita vicina al 30% in termini di volumi; bene anche la Vodka con un +25%, mentre si consolida la crescita del Whisky, con un +15%. Il Rum si attesta di poco sopra (+4%) ai volumi del 2021. *“In questo ambito rileviamo l’importante balzo di Tequila e Mezcal, che crescono con percentuali vicine al 50% anno su anno, suggerendo che l’interesse del mercato si sta spostando verso questi spirit considerati generalmente più di nicchia”*, ha aggiunto Mavolo.

Il 2023 sarà anche l’anno di **“Anthology by Mavolo”**, la spin off di Mavolo Beverages per il catalogo di prodotti premium e ultra-premium distribuiti in esclusiva per l’Italia. Drinksetter e brand ambassador promuoveranno nei locali un catalogo di prodotti di fascia premium, come la linea di toniche **Le Tribute**, il **Gin Amuerte**, gli sciroppi **Bacanha**, il Tequila **Don Ramón** e il **Mezcal Noble Coyote**. *“Avevamo già da tempo l’idea di esplorare nuove strade sui prodotti di fascia alta e la creazione di questo spin off rientra a tutti gli effetti in una strategia per presidiare il segmento premium che, all’interno del nostro business, sta crescendo a tripla cifra anno dopo anno. Si tratta a tutti gli effetti di veri capolavori liquidi, ma più ancora di questo sono momenti unici d’esperienza che coinvolgono il palato, ma anche la fantasia e la curiosità. Ogni etichetta è un viaggio, un’esplorazione, una scoperta, perché ogni etichetta è stata selezionata individuando in tutto il mondo i produttori e i distillatori dell’eccellenza”*. Anthology by Mavolo ha debuttato al **Vinitaly** mettendo in primo piano una selezione di esclusive di Champagne per il mercato italiano, tra cui la **Maison Jeeper** e la **Maison Saint-Reol**. III



Alessandro Mavolo, Ceo di **Mavolo Beverages**

PRODOTTI DA ANTOLOGIA

Toniche Le Tribute

La gamma **Le Tribute** è prodotta da **MG Destilerias**, casa fondata a Barcellona nel 1835. L’acqua proviene da una sorgente naturale di proprietà della distilleria e viene filtrata attraverso un processo di osmosi inversa.



Gin Amuerte

Amuerte è un marchio di Gin creato in Belgio da due cugini discendenti da famiglie di mastri distillatori che hanno iniziato a produrre distillati utilizzando le foglie di coca come ingrediente botanico.



Sciroppi Bacanha

L’etichetta **Bacanha** è nata nel 2013 a Parigi. L’azienda francese realizza diverse tipologie di sciroppo impiegando pochi e semplici ingredienti, con un’attenzione particolare alla qualità e sostenibilità delle materie prime.



Tequila Don Ramón

Fondata nel 1996 a Jalisco, in Messico, **Casa Don Ramón** ha decenni di esperienza nella raccolta dell’agave e nella produzione di Tequila.



Mezcal Noble Coyote

Noble Coyote è un Mezcal premium proveniente dal villaggio di San Luis Amatlan a Oaxaca, in Messico, dove i maestri mezcaleros selezionano le migliori agave selvatiche e semi-selvatiche e le cucinano e distillano secondo la tradizione.





IL GIRO DEL MONDO IN UN CATALOGO

Un catalogo che dal 2016 è un punto di riferimento per cocktail bar, trendy lounge bar e ristoranti: è quello di Spirits & Colori, società di Reggio Emilia con un talento nella ricerca di prodotti inediti, provenienti da tutto il mondo.

di Giorgia Andrei

Viaggiare per il mondo alla ricerca di prodotti inediti e di valore, fondamentali per costruire nuove esperienze di gusto.

È quello che fa **Spirits & Colori**, azienda italiana con sede a Reggio Emilia che dal 2016 seleziona, importa e distribuisce sul territorio nazionale distillati destinati a cocktail bar, trendy lounge bar e ristoranti. Il suo catalogo comprende circa 400 distillati di varia tipologia tra: amari, Armagnac, assenzio, Calvados, Brandy, Jenever, grappe, liquori, Mezcal 100% agave, Rum, Pisco, sciroppo, Satal, Tequila 100% agave, Vermouth, acquavite, Vodka e Whisky. Spirits & Colori è nata dall'esperienza di **Vino & Design**, azienda fondata nel 1999 dall'imprenditore olandese **Dick ten Voorde**, che spiega: "Vogliamo intercettare e soddisfare qualsiasi tipo di palato, dal più esigente al più curioso, perseguendo i valori della qualità e della tradizione, ma anche dell'originalità e della creatività". Le etichette proposte appartengono a piccoli produttori provenienti da tutto il mondo e si caratterizzano per qualità delle materie prime scelte, processi produttivi artigianali e capacità di innovazione. "Da sempre ciò che orienta la nostra mission è la ricerca e la selezione

MARCHI E AZIENDE

di aziende in grado di offrire un prodotto che con fedeltà rispecchia e racconta il territorio di provenienza. Non solo, anche l'innovazione è un elemento che ci interessa, perché saper offrire un prodotto che non c'era è un altro modo per stupire la propria clientela, anche quella più sofisticata”.

STORIE E SAPORI UNICI

Dall'originale Vodka ucraina a una delle più antiche distillerie di Rum di Cuba, alla quotatissima Cachaca, il catalogo Spirits & Colori rappresenta un vero e proprio tour nelle eccellenze di tutto il mondo. In molti ne hanno potuto constatare l'originalità all'ultima edizione di Vinitaly, dove il distributore emiliano ha proposto un assortimento di grande charme e qualità: **Fred Jerbis** (Botanicals), **Double Dutch** (Tonic), **Hayman's Of London** (Gin), **Magiantosa** (Amaro), **Gin Agricolo**, **Champagne Palmer**, **Staritsky & Levitsky** (Vodka), Rum **Arecha** e **Princesa Isabel Cachaca**. Particolare risalto è stato dato proprio a questi ultimi tre prodotti: per la Vodka Staritsky & Levitsky è stata invitata la sua brand ambassador **Galyna Tretrial**, che ha raccontato come la distilleria ucraina, che realizza un tritico d'eccellenza con acqua viva e purissima proveniente dai Carpazi e grano delle terre rosse di Ucraina, sia riuscita a continuare la produzione, nonostante le difficoltà dell'ultimo anno. Anche il Rum Arecha è stato protagonista per l'unicità della sua storia: questo prodotto, realizzato in cinque tipologie, proviene direttamente da una delle più antiche distillerie di Cuba, la **Union de Bebidas Y Refrescos**, che lo produce nelle sue tredici fabbriche, ognuna specializzata in una tecnica di invecchiamento diversa. L'Arecha è uno dei sette rum che dal 2004 il Ministero dell'Alimentazione Cubano ha deciso di selezionare per l'esportazione. Particolarmente indicati per la preparazione di cocktail sono le tipologie Silver Dry, Refino e Carta Blanca. Da gustare lisci sono invece l'**Arecha Carta Oro** e l'**Arecha Anejo**. Infine, sul trono si è accomodata la regina della Cachaca: **Isabel Cachaca**. Portata in Italia dal Brasile, essa è la caratteristica acquavite brasiliana prodotta in una fazenda immersa nella natura del Rio Doce.



UNA PASSIONE FAMILIARE

Dick Ten Voorde (nella foto) eredita la passione per il vino dal padre, **Roelof Ten Voorde**, che nel 1966 inizia a vendere vino nel suo negozio in Olanda e nel 1974 importa, dal Sud Africa, il suo primo vino. Oggi i vini sudafricani rappresentano più del 10% del consumo totale di vino nel Paese. Nel 1999 Dick fonda **Vino & Design**, per importare bottiglie di vino particolari create da un'artista svizzera. Nel 2004 inizia a distribuire sul territorio nazionale anche vini italiani tra i più ricercati. Nel 2016 è nata la divisione **Spirits & Colori**, focalizzata sul mondo della miscelazione.





ALPESTRE, UN ALLEATO PREZIOSO PER LA MISCELAZIONE

Sono diversi anni che questo distillato è presente nella mia bottigliera e sono diversi i cocktail che ho creato utilizzandolo. Per descriverlo, direi che è una divina selezione di 34 erbe con un sapore deciso e dall'aromaticità unica, che difficilmente si può confondere con altro. In miscelazione è un ottimo alleato: eccezionale per bilanciare o dare una nota personale a un classico, ma anche capace di essere caratterizzante se utilizzato come protagonista in cocktail di nuova ideazione.

di Luca Tesser

Alpestre non è un liquore, è un distillato, e quindi è privo di zucchero: ciò lo rende ovviamente molto differente da tutto ciò che solitamente è a base di erbe.

Sì, perché gran parte dei prodotti alcolici a base di erbe, che conosciamo e che utilizziamo quotidianamente per fare cocktail, sono liquori. La parte zuccherina di questi ultimi ne rende piuttosto facile l'utilizzo in miscelazione. La questione cambia radicalmente, invece, quando lo zucchero non c'è. La storia di Alpestre ha origine in Francia nell'Hermitage nel 1887 per opera di un padre marista di nome Emanuele. Il nome originario del distillato era Arquebuse, nome che poi venne cambiato in Alpestre nel 1929, successivamente al trasferimento dei Maristi dalla Francia a Carmagnola, vicino a Torino. Il distillato è composto da 34 erbe aromatiche fra cui: la verbena, la salvia, l'iperico, la menta piperita, la camomilla e l'angelica. Le erbe vengono fatte macerare e poi distillate. Alpestre viene infine fatto invecchiare in grandi botti per un periodo minimo di quattro anni.

COME USARLO

Due sono le strade: usarlo come ingrediente principale oppure come complemento. Nel primo caso consiglio di utilizzarlo in dosi ridotte. 1 oz sarà più che sufficiente per permettere ad Alpestre di sprigionare tutto il suo potere aromatico nel drink. Un esempio concreto può essere "Arquebuse" un mio cocktail che potete trovare nella parte dedicata ai cocktail del catalogo Onesti Group, oppure sulla pagina Facebook di Alpestre. 1 oz di Alpestre, 2 oz di succo di ananas, ½ oz di Campari, ¾ oz di purea di frutto della passione. Un cocktail fruttato, dolce, ma in maniera non eccessiva e dalle note decisamente erbacee. Se invece si deciderà di utilizzarlo come complemento, allora le dosi saranno minime ¼ d'oncia o al massimo mezza. Un esempio potrebbe essere utilizzare Alpestre per impreziosire un classico come l'Aviation: 1 ½ oz di gin, ¾ oz di liquore alla violetta, ½ oz di maraschino, ¼ di Alpestre e ¾ oz di succo di limone. In questo caso Alpestre darà equilibrio al cocktail contrastando la parte dolce del maraschino e della violetta con un'elegante nota erbacea. In un semplicissimo Daiquiri si potrebbe invece utilizzare Alpestre



per dare una sorta di firma al drink, una nota sofisticata e inaspettata.

IL MIO CONSIGLIO

Provate a sperimentare questo prodotto, proprio perché non è scontato e perché la sua unicità sarà in grado di soddisfare la vostra creatività e la vostra volontà di dare sfumature particolari e uniche ai vostri cocktail. III

LA RICETTA Marian Cocktail

- 1 g di zenzero pestato direttamente nello shaker
- 1 oz Alpestre
- ¾ oz succo di lime
- 1 oz nettare d'agave
- ½ oz mezcal

Shakerare il tutto e filtrare in una coppetta.



CON LO SPIRITO GIUSTO



Si chiama **Spirito Bergamasco** (www.spiritobergamasco.it) l'e-commerce di liquori e affini creato da **Graziano Garzaniti**, titolare della Gintoneria “**Kiosco**”, all'interno del parco di Pontirolo Nuovo (BG). Grande appassionato di Gin – nel suo locale ne offre cento tipi diversi - Garzaniti è anche il brand manager di **BGin Spirito Bergamasco**, un distillato di Ginepro in cui vengono fatti infondere a freddo coriandolo, radice di angelica, lavanda, cannella, pimento, zenzero, buccia di arancia, buccia di limone e aghi di abete. La miscela viene filtrata più volte e chiarificata, per poi essere tagliata con acqua per raggiungere il grado richiesto e lasciata riposare prima dell'imbottigliamento. Non fraintendete, però: avere lo “*Spirito Bergamasco*” non significa usare prodotti tipici bergamaschi. Piuttosto, significa avere l'attitudine a non mollare mai. Ve la ricordate l'espressione dialettale “*mola mia*”? È

diventata nota ai più, purtroppo, in occasione della pandemia che ha duramente colpito Bergamo e dintorni, ma da sempre rappresenta l'atteggiamento combattivo dei bergamaschi, ai quali è difficile strappare un “*non ce la faccio*” o un “*non riesco*”. ▮

UN LIQUORE DI TRADIZIONE MONASTICA

Sono 400 gli anni di storia di **Chartreuse**, liquore di erbe distribuito da **Velier**. Nel 1605 un gruppo di monaci certosini rivette dal maresciallo D'Estrees un manoscritto contenente la ricetta di un Elixir di Lunga Vita. La confraternita, stabilitasi nel massiccio della Grande Chartreuse sulle Alpi francesi, iniziò a produrre il liquore circa 150 anni dopo. Nel 1764 è nato l'Elixir Vegetal de la Grande Chartreuse, da cui sono poi derivate diverse versioni di liquore, principalmente la Chartreuse Verde e la Chartreuse Gialla. Entrambe sono basate sulla ricetta del manoscritto, quindi con gli stessi 130 tipi di erbe, ma con dosaggi e processi di lavorazione diversi. L'Elixir ha una sola distillazione, con differenti processi di estrazione e macerazione, ma nessun invecchiamento e nessun impiego della chimica. Chartreuse Verde ha un taglio del gusto più vegetale, più amaro. La Gialla punta invece su un gusto più dolce e ha una gradazione alcolica leggermente inferiore.



DALLO SPEYSIDE UN SINGLE MALT IN TRE STILI

Benriach è il marchio di Whisky scozzese distribuito da **Fine Spirits** che nasce nella distilleria fondata da John Duff nel 1898 nello Speyside Settentrionale. La sua lunga tradizione produttiva consente di esplorare i tre stili di Whisky: classico (non affumicato), affumicato (con torba delle Highlands) e triplamente distillato. Con la linea **The Twelve**, Benriach propone single malt non torbati invecchiati per almeno dodici anni in botti di sherry, botti di bourbon e botti di porto. Sciroppo di acero, cacao, frutti di bosco sono gli aromi che questo distillato rilascia al naso, mentre al palato i sentori sono quelli di ciliegia al maraschino, arancia candita, nocciola, caffè, spezie. Il finale è morbido e leggermente speziato. ▮

GIN E LEGGENDA

Di ispirazione inglese ma fiero della propria italianità: è **400 Conigli Gin** che, distillato nella terra di Nervesa della Battaglia (TV), incarna l'essenza del "Make Your Own Gin" senza trascurare l'equilibrio dei botanicals caratterizzanti. Distribuito da **Compagnia dei Caraibi**, il Gin 400 Conigli è offerto in una gamma di otto tipologie di Gin monobotanici, perfetti per la mixologist e adatti sia alla sperimentazione di drink dal gusto deciso, sia a quella semplice, con toniche che esaltano i sapori del distillato. Prima la distillazione del Ginepro, poi l'infusione dei botanicals. Particolarmente ricca è la gamma di essenze: caffè tostati, rosmarino fresco ed essiccato, cardamomo, equilibrato quantitativo di pesche bianche e gialle, lavanda delle grandi distese del Montello, frammenti di chicchi di Pepe dei Dogi, piante fresche di lemon verbena, foglie di basilico del Sud Italia. Il prodotto finito non subisce alcuna aggiunta di olii o aromatizzanti chimici. Curiosa la storia del suo nome, che arriva da quello di un gruppo di divinità, i 400 Conigli, appunto, che vegliava sul popolo azteco. La leggenda narra che quando si faceva notte e la luna illuminava il cielo, si poteva vedere la figura del coniglio riflessa su di essa, come una rappresentazione sacra, simbolo di prosperità e fertilità. **III**



UN BITTER ARTIGIANALE E MODERNO

Realizzato con le classiche spezie, china, rabarbaro, genziana e quassio (una pianta officinale particolarmente amara), il **Bitter Fusetti** è un liquore artigianale frutto del marchio **Dripstillery**, nato proprio per realizzare liquori di alta qualità destinati sia ai bartender più esigenti, sia agli appassionati alla ricerca di un gusto autentico. Questo bitter è prodotto seguendo le più antiche consuetudini: un paziente ed accurato procedimento di infusione delle botaniche in soluzioni alcoliche, che favoriscono una completa estrazione dei profumi e degli aromi. Le infusioni sono filtrate e assemblate con l'aggiunta solo di acqua purissima per abbassare la gradazione alcolica e di una piccola percentuale di zucchero, per mitigare la tendenza amara di alcune erbe. Il bitter viene poi imbottigliato nella sua assoluta purezza, senza alcuna aggiunta di aromi. Di colore rosso rubino brillante, con riflessi luminosi, ha un bouquet caratterizzato da aromi di erbe officinali, scorza d'arancia amara, chinotto, sfumature di fiori di campo, erbe selvatiche della flora alpina, morbide spezie orientali, cenni di rabarbaro, genziana e china. Lo si può degustare liscio o nei classici drink, come Negroni e Americano.



PURCHÉ SIA GLAMOUR

Raffinatezza, impatto estetico e abbinamenti audaci: sono i tre elementi dello stile **Glamour**, che a detta degli esperti di design, è il top trend del 2023 per l'arredamento bar. Come raccontano in **Emmedi Inox**, azienda di Fano (PU) produttrice di semilavorati in acciaio inox per bar, gastronomie, pasticcerie e gelaterie, è la personalità a fare del glamour uno stile riconoscibile: *“Il Glamour può essere realizzato nella decorazione di interni secondo un mix di stili, da declinare a seconda del proprio gusto, dal rustico al country e shabby chic. E a questo si aggiungono elementi provenienti dall'art déco e dal design moderno della metà del Novecento”*. Anche il colore e gli elementi di luce fanno poi la loro parte. A fare tendenza sono colori decisi e ricchi di vivacità, su tutti il **Viva Magenta**, eletto colore del 2023 dal **Pantone Color Institute**, al quale si abbinano tonalità neutre come il rosa cipria, o altre più decise come l'ottanio e il verde salvia. L'illuminazione, invece, gioca anche con gli specchi e i dettagli capaci di riflettere la luce, come vasi in metallo o oggetti in cristallo, in aggiunta a luci Led. Infine, per i tessuti delle sedute, spazio a velluto e pelle: evergreen destinati a rimanere tali anche negli anni a venire.



to nella decorazione di interni secondo un mix di stili, da declinare a seconda del proprio gusto, dal rustico al country e shabby chic. E a questo si aggiungono elementi provenienti dall'art déco e dal design moderno della metà del Novecento”. Anche il colore e gli elementi di luce fanno poi la loro parte. A fare tendenza sono colori decisi e ricchi di vivacità, su tutti il **Viva Magenta**, eletto colore del 2023 dal **Pantone Color Institute**, al quale si abbinano tonalità neutre come il rosa cipria, o altre più decise come l'ottanio e il verde salvia. L'illuminazione, invece, gioca anche con gli specchi e i dettagli capaci di riflettere la luce, come vasi in metallo o oggetti in cristallo, in aggiunta a luci Led. Infine, per i tessuti delle sedute, spazio a velluto e pelle: evergreen destinati a rimanere tali anche negli anni a venire.



ELEGANTE ED ECO-FRIENDLY: COSÌ L'ACCIAIO CONQUISTA IL BAR

C'è un materiale che sta spopolando, perché capace di coniugare lo stile **Glamour**, top trend per l'arredo bar nel 2023, e il rispetto per l'ambiente, principio inderogabile per qualsiasi attività: è l'acciaio. Re indiscusso nei principali mobili del bar, l'acciaio è resistente, elegante e pratico da sanificare più volte durante l'intero arco della giornata. Ha indubbiamente un appeal luminoso e contemporaneo e si presta a giochi di luce, ombre e riflessi. Al di là delle mode del momento, è un materiale elegante che si adatta a diversi utilizzi anche nell'arredamento e negli oggetti di design e che continua a suscitare grande interesse, come ha dimostrato il successo della decima edizione della fiera **Made in Steel**, tenutasi a Milano dal 9 all'11 maggio.





UNA PARENTESI DI LUSSO SUL LAGO DI COMO

Si chiama **MUSA Lago di Como** il nuovo brand esclusivo approdato sulle rive del Lario, a Sala Comacina. MUSA è un boutique hotel 5 stelle con un fine dining restaurant, un cocktail bar e una villa privata. **Gaia Bar** è il nome del cocktail bar, che è situato sulla veranda esterna. Il locale incarna un concetto molto moderno, contemporaneo e fresco di mixology, un ambiente accogliente che ospita a qualsiasi ora del giorno ottimo cibo in abbinamento a cocktail ricercati, ma con un forte attaccamento alla tradizione. Bar Manager è **Edoardo Felsini**, già Bar Manager presso **Alpemare Bocelli Beach Club** di Forte dei Marmi, di **Convitto, Spirits & Kitchen** a Massa, e **Kosmo**, a Livigno.



È IN AUSTRALIA IL BAR PIÙ BELLO DEL MONDO

Nel 2022 ad aggiudicarsi il premio **Best Overall Bar** ai **Restaurant & Bar Design Awards**, contest internazionale che giudica i migliori design per locali e ristoranti, è stato il **Curious** di Melbourne, in Australia, progettato dai designer dello studio australiano **Hachem**.

(©photo: curiousmelbourne.com)





THE COCKTAIL SHAKER

Il primo brevetto per uno shaker fu depositato da Edward Hauck nel 1884: era lo shaker a tre pezzi, il Cobbler, la cui struttura è rimasta pressoché immutata fino ad oggi. A questo tipo di shaker si sono poi aggiunti il Parisienne e il Boston.

di Luca Tesser

Lo shaker è uno strumento essenziale per ogni bartender, ma qual è la sua storia e quali tipologie di shaker esistono? Prima dell'invenzione di questo strumento, i bartender utilizzavano semplicemente la tecnica del **throwing per gonfiare di aria i loro cocktail**. Tale tecnica consiste nel far letteralmente "cadere" da un recipiente all'altro il contenuto del nostro cocktail in maniera ripetitiva, affinché le molecole si mischino perfettamente insieme con l'aiuto dell'aria, che diverrà un vero e proprio ingrediente aggiuntivo. La strumentazione dei bartender richiedeva l'utilizzo di materiali preziosi, ossia di metalli nobili come l'argento, l'ottone o il peltro, i più utilizzati prima della comparsa dell'acciaio inox. La realizzazione di questi oggetti era artigianale e spesso venivano realizzati come veri e propri gioielli. La strumentazione di **Jerry Thomas** divenne celebre proprio per la preziosità e il pregio della fattura. Il primo ad avere l'idea di creare lo shaker fu **David Wondrich**; dal 1850 circa si cominciò a lavorare su questa idea e il primo brevetto, depositato da **Edward Hauck**, arrivò nel 1884: era lo shaker a tre pezzi, detto "**Cobbler**", la cui struttura è rimasta pressoché immutata fino ad oggi. Nel 1932 **LeRoy H. Fontan** progettò per la **Napier Company** il suo shaker e proprio la Napier Company divenne la più importante azienda produttrice di shaker negli Usa.

COBBLER, PARISIENNE E BOSTON

Ci sono tre principali tipologie di shaker: il **Cobbler**, il **Parisienne** e il **Boston**. Sono tre tipologie,

usate per tre differenti stili, che hanno tuttavia il medesimo compito di mischiare le molecole degli ingredienti gonfiandole d'aria.

- Il **Cobbler**, chiamato anche shaker continentale, è il progetto di E. Hauck ed è formato da tre pezzi: il contenitore principale, la parte superiore, sulla quale è incorporato uno strainer, e un tappo. Si tratta dello shaker meno utilizzato, ma particolarmente gradito alla miscelazione giapponese, che ne ha creato una sua versione. Particolarmente maneggevole nell'atto dello shakerare, permette un hard shake pressoché perfetto, ammesso si sia in grado di svolgerlo a dovere. Lo strainer incorporato nella parte superiore rappresenta il vantaggio di questa tipologia di shaker.
- Il **Parisienne** consiste di due pezzi distinti, di cui quello superiore di forma allungata ed ergonomica. Ha gli stessi vantaggi del cobbler, ma non ha lo strainer e non è particolarmente comodo in apertura.
- Il **Boston** è, infine, il più utilizzato dai bartender. Facile da aprire e da utilizzare, è costituito da due bicchieri incastrabili: uno più piccolo, l'half tin, e uno più grande. Si presta a gran parte delle tecniche, fra cui anche il **throwing**, ed è appunto il suo essere versatile a farne il tool più utilizzato.

Ovviamente, le varie tecniche si prestano più o meno a una tipologia di shaker, ma non si tratta di una regola assoluta: ogni bartender applicherà la propria tecnica al proprio tipo di shaker, valorizzandola in modo specifico. E proprio l'utilizzo di uno shaker e di una tecnica specifica done- ranno unicità al cocktail. ■

GLI SHAKER



Cobbler



Parisienne



Boston



A SCUOLA DI MISCELAZIONE CON I CORSI RTS

Gruppo RTS propone corsi di formazione professionale sulla storia e le tecniche della miscelazione con:

- docenti altamente qualificati
- lezioni in Aula
- training on the Job
- diversi livelli di specializzazione

Le lezioni si tengono in aula, per approfondire temi come:

- la miscelazione Vintage
- le origini del bere miscelato
- la rivoluzione del Modern Bar
- l'evoluzione dei cocktail e della miscelazione moderna

...e dietro al banco, per acquisire nuove competenze in:

- miscelazione delle materie prime
- attrezzature e la postazione di lavoro
- accoglienza della clientela e "perfect serve"
- tecniche di elaborazione classiche e moderne



www.rts-srl.it
info@rts-srl.it
Piazza M. Ruini n. 29/A 43126 Parma (PR)

COME ABBATTERE I COSTI DELLA FORMAZIONE

Tra gli strumenti di finanziamento alla formazione, i Fondi Interprofessionali Paritetici sono quelli più vicini alle esigenze di imprese e lavoratori. Anche nel settore della ristorazione.

di Chiara Malla

Partiamo da questo presupposto: la formazione costa! Ma, come disse il professor Derek Bok, rettore della Harvard University negli anni '70/'80, "Se pensi che l'istruzione sia costosa, prova con l'ignoranza". Sì, la formazione costa!

Costano i docenti, soprattutto quelli di livello; costa il materiale didattico, un'aula formaziona, la cancelleria; costa organizzare un corso, coordinando tutte le attività didattiche e la fase di erogazione. Ma soprattutto, costa mettere in aula i lavoratori dipendenti pagando il loro stipendio mentre vengono formati; e più dipendenti si devono formare, più alti sono i costi che l'imprenditore deve sostenere! È proprio per andare incontro agli imprenditori che in Italia sono attivi degli strumenti di finanziamento alla formazione: dai **Fondi Sociali Europei** ai **Fondi Nazionali e Regionali**, passando per la **Dote Lavoro**, per finire ai **Fondi Interprofessionali Paritetici**, lo strumento di finanziamento più vicino alle imprese e ai lavoratori.

LA FORMAZIONE CON I FONDI INTERPROFESSIONALI

Innanzitutto, cosa sono? I Fondi Interprofessionali sono associazioni promosse dalle principali Organizzazioni Datoriali e Sindacali che finanziano interventi di formazione continua di lavoratrici e lavoratori delle aziende che scelgono di aderirvi. Le imprese con dipendenti versano tutti i mesi all'**Inps** la quota dello 1,61% della retribuzione come "contributo obbligatorio per la disoccupazione involontaria" (Legge 845/1978). Tuttavia, l'art. 118 della Legge 388 del 2000 consente alle imprese di destinare lo 0,30% del contributo obbligatorio per la disoccupazione involontaria alla formazione dei

propri dipendenti, mediante l'adesione a un Fondo Paritetico Interprofessionale. Le aziende italiane possono aderire liberamente senza costi aggiuntivi a uno dei 19 Fondi ad oggi attivi, e - in qualsiasi momento - rinunciare all'adesione o cambiare Fondo, anche trasferendo (a determinate condizioni) le somme accantonate e non spese nel Fondo di provenienza.

I CORSI FINANZIATI

Attraverso questi strumenti, anche le micro e piccole aziende possono dunque, accedere alla formazione finanziata per i loro dipendenti. La formazione e l'acquisizione delle necessarie competenze è quindi fondamentale per svolgere le professioni di ogni settore, compreso quello della ristorazione, in modo efficace, adeguato e professionale. Poter accedere quindi a canali che permettono di risparmiare sui costi e non sulla qualità dei corsi, può essere sicuramente d'aiuto per un mercato composto di imprese, che in molti casi contano uno o due dipendenti a volte anche intermittenti. Molti Fondi Interprofessionali, inoltre, attraverso gli Enti di formazione accreditati, finanziano anche la formazione obbligatoria sulla sicurezza dei luoghi di lavoro. Perché rischiare allora? **III**





CAMPAGNA ABBONAMENTI 2023

Il nuovo periodico dedicato all'arte della miscelazione



Abbonati alla rivista per 1 anno!

Riceverai 4 numeri in formato cartaceo e digitale a soli 9,90 € anziché 19,90 € inserendo il codice coupon LANCIO2023 (*)

Vai alla pagina www.fwcommunication.it/abbonamenti o inquadra il QRcode

(*) L'offerta è valida per le prime 50 richieste pervenute, l'abbonamento sarà attivato dal primo numero raggiungibile.

MIXOLOGY MAG
l'arte della miscelazione

www.mixologymag.it

info@mixologymag.it



 FW Communication

abbonamenti@fwcommunication.it

ROMA, ROMA, ROMA: TERZA EDIZIONE PER IL ROMA BAR SHOW

“*Roma Bar Show non è semplicemente un evento, è un’intuizione, un progetto, una filosofia, uno stile di vita*”. Così **Andrea Fofi**, uno dei soci fondatori di **Roma Bar Show**, insieme a **Giuseppe Gallo**, **Fabio Bacchi** e **Jerry Thomas Project**, presenta la due giorni che a fine maggio porterà a Roma il mondo del beverage e della mixology. “*Il Roma Bar Show è diventato leader non solo nell’ambito della bar industry, ma anche nella formazione di settore, con masterclass di alto livello che attirano protagonisti di calibro mondiale - tra aziende e barman -, e ponendosi quale apripista di segmenti e tematiche di interesse sociale trasversale, come l’inclusione e la sostenibilità*”.

Il 29 e il 30 maggio al Palazzo dei Congressi dell’Eur sono attesi migliaia di brand e di operatori della miscelazione nazionale e internazionale per una due giorni di esperienze, masterclass, seminari, talk, degustazioni e per assistere alla finale della prima edizione dei **Roma Bar Show Awards**, riconoscimento nato per valorizzare l’eccellenza italiana nell’industria dei bar. Tra i nomi di spicco che prenderanno parte all’evento: **Julie Reiner**, mixologist e bar owner conosciuta per il suo contributo nell’innovazione della miscelazione in Usa, nonché giudice della serie Netflix “**Drink Masters**”; **Simon Ford** di **Ford Gin**; **Shingo Gokan**, mixologist e bar owner giapponese di diverse realtà tra New York e Shanghai; i ragazzi del **Maybe Sammy** di Sidney, premiati come “**Best International Bar Team Award**”; **Giacomo Giannotti** e **Margarita Sader** del

Paradiso “Best Bar Award 2022” accompagnati da **Martin Hudak** e **Stefano Catino**; **Monica Berg**, **Alex Frezza** e **Lydia Soedadi**. Per chi si interessa di liquori, è da segnalare **Piazza Italia**, aerea espositiva interamente dedicata al nostro Paese, con i marchi della Spirit Industry riconosciuti in ambito internazionale e le new entry che si stanno posizionando nel mercato italiano. E per chi guarda ai mondi più lontani, visita obbligata al **Mexican Village** nella terrazza del Palazzo Congressi. Proprio il Messico, insieme al Guatemala, sarà protagonista anche alla tavola rotonda “**Agave Spirit**”. Dice ancora Fofi: “*In due giornate si racchiudono gli sforzi di un anno, le idee e le iniziative che animano tutto il team di lavoro affinché diventino il punto di riferimento dell’industria del beverage e del mondo della mixology su scala nazionale e internazionale*”.



ESPERIENZE DI MISCELAZIONE A MILANO

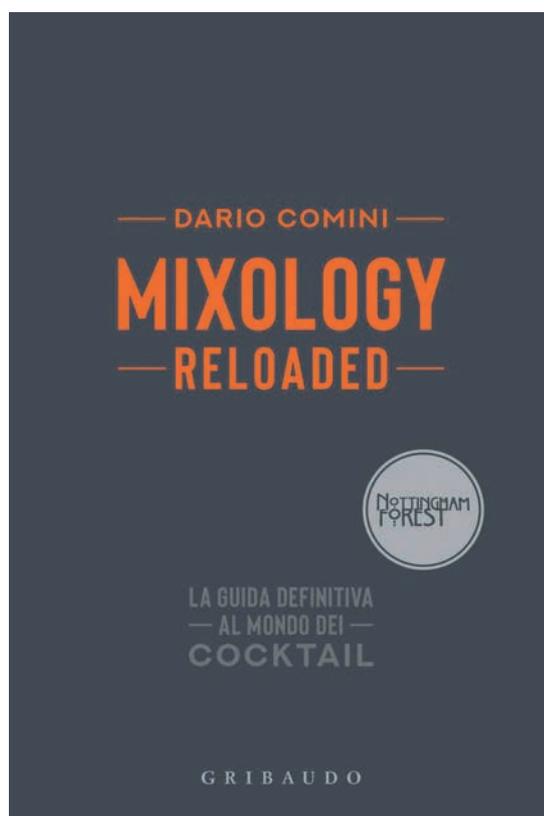
Si è tenuta dal 7 al 9 maggio a Milano **Mixology Experience**, seconda edizione dell’evento dedicato al mondo della miscelazione, che ha debuttato nel 2022 come momento di incontro per la community della **Bar Industry**. Organizzato da **Bartender.it**, magazine on line nato nel 2009 da un’idea di **Agostino Perrone**, **Dario Comini**,

Dom Costa e **Luca Pirola**, il trade show milanese ha avuto come location il **Superstudio Maxi**, uno spazio di 10.000 mq nato dal restauro

**MIXOLOGY
EXPERIENCE**
INTERNATIONAL BAR & BEVERAGE TRADE SHOW

di una fabbrica siderurgica dismessa e oggi espressione di modernità, eleganza e stile industrial, con un’ampia area esterna confinante con il Parco La Spezia. Come hanno spiegato gli organizzatori, obiettivo dell’evento è stato “*portare in Italia la Bar Industry internazionale con ospiti di rilievo dell’ambito beverage & mixology*”.

UNA GUIDA AGGIORNATA SULLA MISCELAZIONE



Tutto quello che c'è da sapere sul mondo dei cocktail lo trovate in **“Mixology Reloaded”**, pubblicazione firmata da **Dario Comini**, bartender di fama mondiale, che, nel 2021, a otto anni di distanza dall'ultimo libro, ha rimeso ordine tra le tecniche della miscelazione, includendo le novità più recenti. Come precisa lo stesso autore: *“Questo è un libro adatto anche a chi non ha mai lavorato in un bar, ma si avvicina per la prima volta al mondo della mixology. Si parla di come si tiene in mano uno shaker e come lo si riempie di ghiaccio, fino ad arrivare alle distillazioni molecolari”*. Sfolgiando la guida, non solo scoprirete come realizzare a regola d'arte un Hemingway Special o un Daiquiri, ma potrete conoscere la storia di cocktail mitici come lo Zombie, o, ancora, capire come utilizzare il vapore per creare una scenografica bolla di fumo da servire come side a un cocktail. Le ricette per realizzare i drink storici sono curate da **Dom Costa**, mentre altre sono selezionate dall'**International Bartenders Association**.

TITOLO Mixology Reloaded
La guida definitiva al mondo dei cocktail
AUTORE Dario Comini
EDITORE Gribaudo

IL VINO FORTIFICATO CHE DA TORINO HA CONQUISTATO IL MONDO

Di origini antiche, il Vermouth è divenuto famoso nel mondo partendo da Torino e il 22 marzo 2017, proprio con la denominazione Vermouth di Torino, è diventato un prodotto ad indicazione geografica (IG). Con il libro **“Il Vermouth di Torino”**, **Fulvio Piccinino** ne ripercorre la storia grazie ad approfondite ricerche, tra antichi testi e nuovi documenti, e racconta come un vino medicinale si sia trasformato nel re dell'aperitivo. Arricchito, nella nuova edizione, da immagini e documenti inediti, il libro approfondisce lo studio delle materie prime e del metodo produttivo e dà spazio alle curiosità e agli aneddoti che accompagnano questa bevanda storica e il suo ruolo sociale, inaugurato a fine Ottocento con l'“*Ora del Vermouth*”. Il testo si conclude con un'ampia descrizione dei produttori storici, dei marchi scomparsi e di quelli rinati. Infine, vengono descritti alcuni cocktail che vedono il Vermouth protagonista: Americano, Negroni, Martini dry cocktail.

TITOLO Il Vermouth di Torino
Storia e produzione del più famoso vino aromatizzato
AUTORE Fulvio Piccinino
EDITORE Graphot





NON SIAMO CENTOMETRISTI!

NELLO SPORT CHI È IL NUMERO UNO LO È SENZA DUBBI;
SI TRATTA DI BATTERE UN RECORD O VINCERE UN CAMPIONATO.
IN ALTRI SETTORI, COME LA MISCELAZIONE, LE CLASSIFICHE
NON HANNO SENSO. PERCHÉ L'ECCELLENZA ESISTE,
MA È DIFFICILE DA VALUTARE.

di Roy Batty

Eccoci ad affrontare uno degli argomenti più spinosi della miscelazione contemporanea: le classifiche. Ovviamente a ogni cocktail bar essere presente in una guida o in una classifica fa piacere ed è motivo di vanto, prestigio e orgoglio. Ma siamo certi che i criteri utilizzati siano giusti? O che sia giusto essere disposti a vendere l'anima pur di apparire in tali classifiche?

Facciamo un esempio. Il bar XXX è il numero uno al mondo nella classifica YY, mentre il bar JJJ che era il numero uno al mondo è diventato il numero tre. Vogliamo veramente pensare che il bar diventato numero tre sia peggio del numero uno? Su quali basi? Su punteggi? Preferenze? Non siamo centometristi. Nello sport chi è il numero uno lo è senza nessun dubbio, si tratta di battere un record o di vincere un campionato. Le classifiche in certi settori non hanno alcun senso. Perché esiste l'eccellenza, ma è una materia maledettamente spinosa. È già difficile per la ristorazione, figuriamoci per la miscelazione, che presenta variabili maggiori. Un metodo più corretto potrebbe essere quello della Guida Michelin, dove il prestigio è dato da criteri ben precisi, ma non c'è una classifica. Nel mondo della miscelazione troviamo a condividere la stessa lista cocktail bar di differenti tipologie, come speakeasy, cocktail bar d'albergo ecc. Com'è possibile? La bottigliera di un bar d'hotel sarà differente da quella di un cocktail bar non di lusso. Cambierà il servizio, l'atmosfera, gli stessi cocktail saranno fatti in modo differente. Può realmente convivere un top hotel bar, con il suo servizio elegante e impeccabile, con quello di un cocktail bar dove non c'è un servizio al tavolo e la clientela consuma in mezzo alla strada? La presenza in una classifica dovrebbe essere motivo d'orgoglio, ma quando si trasforma in ossessione, o quando gli sponsor o il legame con alcuni partner possono determinare l'ingresso del cocktail bar nella classifica, allora appare insensata. Per alcune diventa anche importante l'attività social. Il numero di follower come può determinare eccellenza? Certo non è l'unico criterio, si tratta di un "algoritmo"! Stiamo scherzando? Ed ecco quindi che non importa se si è coscienti del sistema malato: l'importante è esserci e solo quello conta. Ben vengano le guide e le nomine di prestigio, ma che siano create nel modo giusto. Attraverso un'indagine attenta e precisa del territorio, che premi la qualità e la bravura. Che si guardi alla differenziazione delle tipologie di cocktail bar. Usciamo dallo star system del bere miscelato, dalla mitizzazione dei personaggi, delle "guest" legate ai prodotti. Il rischio è altissimo e rischiamo di rimanere nuovamente schiavi dei brand, della commercialità a scapito della qualità. Purtroppo, la miscelazione contemporanea sta seguendo questa strada, una strada sbagliata dettata dall'inseguimento di un finto prestigio, dalla presunzione di strappare un titolo e una libbra di notorietà che, sinceramente, non determina alcun primato, ma è solo segno di aver accettato un tipo di sistema che, a mio avviso, non è il migliore possibile. ■

DEDICATO A VOI

MIXOLOGY MAG

N°1 – 2023 | www.mixologymag.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Virna Bottarelli
v.bottarelli@mixologymag.it

PROJECT MANAGER
Luca Tesser
l.tesser@mixologymag.it

IN REDAZIONE
Giorgia Andrei | Chiara Cossu
Chiara Malla

SEGRETERIA DI REDAZIONE
redazione@mixologymag.it

HANNO COLLABORATO
Giovanni Campari | Jacopo Lancerin
Andrea Lazzaretti | Luna Maller | Federico Mazzieri

PROGETTO GRAFICO E IMPAGINAZIONE
Giovanni Magistris

IMMAGINI
Adobe Stock

PROPRIETARIO ED EDITORE
FW COMMUNICATION
divisione di Fritz Walter srl



SEDE LEGALE
Borgo Regale, 7 | 43121 Parma
Tel. +39 340 3362710

MARKETING E PUBBLICITÀ
info@mixologymag.it

DIFFUSIONE
abbonamenti@fwcommunication.it
Costo a copia 10,00 €

STAMPA
Faenza Group Spa
Via Vittime Civili di Guerra, 35
48018 Faenza (RA)

Registrazione al Tribunale di Parma
N° 1 del 3 aprile 2023

Iscrizione al Registro degli Operatori
di Comunicazione n° 31664 del 15 giugno 2018

Responsabilità La riproduzione delle illustrazioni e degli articoli pubblicati dalla rivista, nonché la loro traduzione è riservata e non può avvenire senza espressa autorizzazione della Casa Editrice. I manoscritti e le illustrazioni inviati alla redazione non saranno restituiti, anche se non pubblicati e la Casa Editrice non si assume responsabilità nel caso si tratti di esemplari unici. La Casa Editrice non si assume responsabilità per i casi di eventuali errori contenuti negli articoli pubblicati o di errori in cui fosse incorsa nella loro riproduzione sulla rivista.

Privacy Ai sensi del D.Lgs 196/03 garantiamo che i dati forniti saranno da noi custoditi e trattati con assoluta riservatezza e utilizzati esclusivamente ai fini commerciali e promozionali della nostra attività. I dati potranno essere altresì comunicati a soggetti terzi per i quali la conoscenza dei suoi dati risulti necessaria o comunque funzionale allo svolgimento dell'attività della nostra società. Il titolare del trattamento è: Fritz Walter srl - Borgo Regale 7 - 43121 Parma. Al titolare del trattamento lei potrà rivolgersi al numero +39 340 3362710 per far valere i suoi diritti di rettificazione, cancellazione, opposizione a particolari trattamenti dei propri dati, esplicitati all'art. 7 D.Lgs 196/03.

BEVI RESPONSABILMENTE!

VI È PIACIUTO IL PRIMO NUMERO DI MIXOLOGY MAG?

Mandate i vostri commenti, suggerimenti
e, perché no, le vostre foto
a redazione@mixologymag.it



GLI INSERZIONISTI

400 CONIGLI www.400conigli.com	PAG. 1
ANIMA ROMITA www.animaromita.it	PAG. 30
DREAM WHISKY www.dreamwhisky.com	IV COP., PAG. 4
FW COMMUNICATION www.fwcommunication.it	PAG. 60
G.C. SPIRITS https://sotolpadredelasserpientes.com/	II COP., III COP.
GRUPPO RTS www.rts-srl.it	PAG. 58
MAVOLO BEVERAGES www.mavolo.it	PAG. 14
ONESTIGROUP www.onestigroup.com	PAG. 28
SPIRITO BERGAMASCO www.spiritobergamasco.it	PAG. 2
SPIRITS & COLORI www.spiritsecolori.it	PAG. 12



IN COPERTINA

La miscelazione contemporanea è in continuo sviluppo: il cocktail ha seguito un percorso che l'ha avvicinato a tecniche innovative, spesso prese a prestito dalla cucina, e l'ha portato a esplorare nuove frontiere del gusto. Ma quanto conta il passato in questo percorso evolutivo? Come si mixano tradizione e innovazione? I drink hanno rimandi a epoche lontane, presenti anche nelle cocktail list di chiara impronta moderna, che raccontano storie antiche, mescolate in modo elegante con la contemporaneità.



SPIRIT OF THE DESERT

#sotolnotagave



SOTOLPADRE.COM



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

MATTHEW

Il whiskey.



Matthew è sulla bocca di tutti


MATTHEW
The Irish soul of Dream Whisky

Il nuovo whiskey firmato Dream, dal sogno di un uomo che ha vissuto mille vite e le ha rinchiuso dentro una bottiglia, creando un whiskey indimenticabile.