

MIXOLOGY MAG

l'arte della miscelazione

LA STORIA

**RACCONTI
DAL PASSATO**

UNA STORIA
TUTTA AMERICANA

LE CITTÀ

NEW YORK

MANHATTAN BY NIGHT

IL LOCALE

MARTINY'S

LA PERFEZIONE È QUI

COCKTAIL & SPIRITS

DAIQUIRI

UNA CARTOLINA DA CUBA

*L'irresistibile
attrazione per l'esotico*



Wild Mexican Spirits



www.terrawildspirits.com

Nel nome c'è tutta la sua essenza.



700ml.
10.9 Vol.

ANIMA D'AMALFI: LIQUORE AI PROFUMI DELLA COSTIERA

Liquore più profondo della natura, intrasferibile, vivo, irriducibile...

Pablo Neruda descriveva così il limone, probabilmente pensando alle coste italiane e forse proprio ad Amalfi. Dal cuore del frutto e dalla passione di Fortunato nasce questo cocktail fresco, con note dolci di mandorla e vaniglia a creare contrasto all'infusione di scorze e succo di limone.

Un'alchimia idroalcolica carica di creatività, condivisione e voglia di rompere gli schemi.

Fortunato Amatruda

ANIMA ROMITA

GIN TERRÆ



*Taste
the
Nature*



SOMMARIO

MIXOLOGY MAG NUMERO 2

- 5** **EDITORIALE**
IL PARADISIACO ARTIFICIALE
di Luca Tesser
- 6** **IN COPERTINA**
MISCELAZIONE
UNA PASSIONE SENZA TEMPO
di Virna Bottarelli
- 14** **LA STORIA**
RACCONTI DAL PASSATO
UNA STORIA TUTTA AMERICANA
di Luca Tesser
- 20** **IL LOCALE**
MARTINY'S
LA MANHATTAN CHE STUPISCHE
di Luca Tesser
- 22** **LE CITTÀ**
NEW YORK
MANHATTAN BY NIGHT
di Chiara Cossu
- 28** **COCKTAIL & SPIRITS**
DISTILLAZIONE
LA PARTE NOBILE DELLA MATERIA
di Giovanni Campari
- 34** **COCKTAIL & SPIRITS**
DISTILLATI
CLAIRIN: IL RHUM HAITIANO
TRA UNICITÀ E TRADIZIONE
di Luna Maller
- 38** **COCKTAIL & SPIRITS**
COCKTAIL
UNA CARTOLINA DA CUBA
di Jacopo Lancerin
- 42** **COCKTAIL & SPIRITS**
CLASSIC COCKTAIL
ZOMBIE E MAI TAI
di Jacopo Lancerin



- 44** **LE TECNICHE**
PREPARAZIONE
QUANDO IL PRE-BATCH È UNA BUONA IDEA
di Luca Redolfini

RUBRICHE

- 48** **MARCHI E AZIENDE**
- 56** **J.ROGER SUGGESTION**
- 58** **PRODOTTI**
- 62** **DESIGN**
- 64** **BAR TOOLS**
- 66** **BAR & BUSINESS**
- 71** **FORMAZIONE**
- 72** **EVENTI**
- 76** **DA LEGGERE**
- 79** **SPEAKERS' CORNER**



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.



IL PARADISIACO ARTIFICIALE

DI LUCA TESSERA

Immaginate di essere sdraiati al tramonto su una spiaggia caraibica, circondati da palme, il mare davanti ai vostri occhi, il viso accarezzato da una leggera brezza. Eccovi, calati in un paradiso terrestre, stregati da quell'irresistibile attrazione per l'esotico a cui è difficile non cedere. Che cosa si vorrebbe bere in tale paradisiaca circostanza, se non un Daiquiri o un Mai Tai? Certo, sperando che siano fatti in modo corretto!

Quando si parla di miscelazione caraibica o tiki, il problema principale è che molto spesso ci troviamo davanti a tipologie di miscelazione che non sono per nulla passate di moda, ma che, purtroppo, sono spesso male interpretate. L'enorme successo che hanno avuto in passato ha portato a una standardizzazione delle ricette, che sa un po' troppo di anni Novanta.

Cerchiamo di capirci: il classico resta classico. Pensiamo a un Daiquiri, ad esempio, ma che Rum utilizziamo? E quali altri ingredienti scegliamo? È essenziale fare attenzione a preparazioni, meglio se home-made, e a succhi, puree e sciroppi: se si possono usare prodotti freschi, vanno utilizzati senza ricorrere a scorciatoie

commerciali, che non portano a nulla di buono.

E ben vengano le interpretazioni. Signori, quando si ha a che fare con l'esotico siamo nel mondo fatato della sperimentazione. Cosa c'è di più bello? Il limite alla fantasia non esiste. Siamo nel regno della sperimentazione e dei twist. Pensate a quante possibilità oggi abbiamo di aggiungere valore e di creare qualcosa di unico, capace di stupire in termini di gusto e, perché no, di estetica.

Eccolo il fascino dell'esotico, che ci domina e sprona a raggiungere luoghi sconosciuti, fra profumi inconsueti e sapori lontani. Niente al mondo attira la nostra attenzione come qualsiasi cosa che ci appare lontana e irraggiungibile. Che cos'è la bellezza, se non questo?

Diamo spazio, allora, a mille interpretazioni di Daiquiri, se valorizzano e rendono ancora più immortale questo cocktail straordinario, e ad altrettante rivisitazioni di Mai Tai o di Zombie, se riescono a emozionare e farci viaggiare con la mente in luoghi lontani, in un'onirica dimensione del gusto.



MISCELAZIONE

UNA PASSIONE SENZA TEMPO

Una cultura, un modo di vivere, una passione, il Tiki è entrato nel mondo della miscelazione negli anni Trenta per non uscirne più. Esploso negli Stati Uniti negli anni Sessanta, nel decennio successivo si è eclissato, per poi essere riscoperto agli inizi del nuovo Millennio.

di **Virna Bottarelli**



Stati Uniti, anni Trenta: il proibizionismo è finito, gli alcolici sono commercializzati liberamente e nelle città americane c'è voglia di lasciarsi alle spalle il dramma della Prima Guerra Mondiale e le difficoltà economiche della Grande Depressione. È in questo scenario che si apre, per la miscelazione, la Tiki Era. Questo termine, che nella lingua polinesiana indicava una figura mitologica maori, con il passare del tempo è stato associato alle statue incise in legno e raffiguranti figure mitologiche e divinità polinesiane, oggetti evocativi di un mondo esotico che negli anni Venti aveva fatto breccia nei cuori dei viaggiatori e che ora veniva riprodotto nei cocktail bar americani.

Il primo locale a ricreare, nella Hollywood del 1933, l'atmosfera paradisiaca della Polinesia è il **Don's Beachcomber** di **Ernest Raymond Beaumont Gantt**, considerato il padre della cultura **tiki**, anche se in quegli anni i suoi drink erano definiti semplicemente come "esotici". Appassionato viaggiatore ed ex contrabbandiere, Gantt, che poi si farà chiamare **Donn Beach**, crea in California una miscelazione inedita, con tecniche ben precise e il **Rum** come ingrediente principe, e propone drink destinati a entrare nella storia, come lo **Zombie** e il **Mai Tai**.

Negli anni Quaranta e Cinquanta negli Stati Uniti il Tiki spopola, complice la diffusione della cucina e dell'arredamento tipici del Pacifico Meridionale, che i soldati americani avevano scoperto durante la Seconda Guerra Mondiale. Ai locali di Donn Beach, che nel frattempo ha creato la catena "**Don The Beachcomber**", si aggiungono quelli di **Victor j. Bergeron**, fondatore del **Trader's Vic** a Oakland, un tiki bar che darà il là a una catena di oltre venti ristoranti in tutto il mondo, e quelli, particolarmente raffinati, di **Stephen Crane**.

Negli anni Sessanta il Tiki entra nella cultura di massa con il film **Blue**



L'ambientazione tiki si ispira alle atmosfere esotiche molto in voga negli anni Sessanta negli Usa. Tiki è un termine polinesiano che indicava in origine una figura mitologica Maori.



Hawaii, commedia sentimentale ambientata a Honolulu, che ha per protagonista un vero e proprio idolo dell'epoca: **Elvis Presley**. Al decennio d'oro del Tiki segue però, negli anni Settanta, un declino: da un lato le discoteche diventano i nuovi luoghi d'elezione per trovare momenti di evasione e divertimento, dall'altro la stessa miscelazione tiki perde i connotati originali e inizia a essere identificata nei sapori più dolci e nelle consistenze frozen dei cosiddetti "boat drink", i cocktail da crociera. Ma guai a pensare che il Tiki sia sparito dai radar: all'inizio del nuovo millennio, in quella che è considerata una nuova Golden Era della miscelazione, ritorna l'interesse verso i cocktail esotici e si diffonde il desiderio di scoprire la storia e il contesto culturale dai quali provengono.

I GURU DEL TIKI

Donn Beach (1907-1989)

Il suo vero nome è **Ernest Raymond Beaumont-Gantt**. Cresce nel primo dopoguerra e la sua passione per i viaggi lo porta in Jamaica, nei Caraibi e alle Hawaii. Avventuriero e contrabbandiere di Rum, è uno dei personaggi più noti e studiati del mondo della miscelazione perché è considerato il padre della **Tiki Era**. È lui, infatti, a creare drink destinati a lasciare il segno, come lo **Zombie** e il **Mai Tai**, nel suo **Don's Beachcomber**, locale aperto nel 1933 a Hollywood, e ad adottare tecniche di miscelazione innovative per l'epoca.

Victor Bergeron (1902-1984)

Nato a San Francisco, fondò negli anni Trenta la **Trader Vic's**, una catena di ristoranti e tiki bar che negli anni Cinquanta si espanse grazie alla collaborazione con gli hotel **Western** e **Hilton**. Il suo nome è associato alla diatriba con **Donn Beach** su chi fosse il vero inventore del Mai Tai, ma anche a cocktail come il **Fog Cutter**, lo **Scorpion Bowl** e all'**Eastern Sour**, che utilizzava, insolitamente per un drink tiki, Whisky di segale.

Joseph Stephen Crane (1916-1985)

Attore originario di Crowfordsville, nell'Indiana, passato agli onori della cronaca rosa per essere stato sposato due volte con **Lana Turner**, **Steve Crane** aprì nel 1954 il **Luau**, un ristorante a tema polinesiano a Beverly Hills che divenne un'icona del Tiki style e che chiuse solo nel 1978. Alla fine degli anni Cinquanta Crane strinse un accordo con **Sheraton Hotels** e avviò i ristoranti **Kon-Tiki**, che divennero i principali concorrenti della catena **Trader Vic's**.

Jeff Berry

Americano, 65 anni, è uno studioso della cultura tiki, di cui si è innamorato da bambino, negli anni Sessanta. Ha lavorato come giornalista e sceneggiatore a Hollywood, ma si è poi concentrato sulla propria passione per i cocktail, ricercando, reinventando e pubblicando ricette perdute della miscelazione in stile tiki. Il suo primo libro "**Beach Bum Berry's Grog Log**", uscito nel 1998, ha dato il là alla riscoperta del Tiki nei primi anni Duemila. Nel 2014 ha aperto il **Beachbum Berry's Latitude 29**, nel quartiere francese di New Orleans.





UNA PASSIONE CHE NON PASSA MAI

Il Tiki è una cultura, un modo di vivere. E nel caso di **Daniele Dalla Pola** è qualcosa di ancora più sentito: è una vera e propria passione. Che non passa mai. Il fondatore del **NU Lounge Bar** di Bologna e dell'**Esotico Miami**, locale aperto nel 2019 che, insieme all'attiguo **Kaona Room**, è lo spaccato per eccellenza del mondo tiki, è uno dei più noti cultori di questo genere. Come lui stesso dice, è la passione - per la miscelazione, per il Rum e per il mestiere del barman - l'elemento determinante per "diventare in modo naturale, senza forzature", un professionista di livello internazionale. Ma dove ha le sue origini il successo di un bartender di fama mondiale, protagonista della cosiddetta **New Wave Tiki**? Niente meno che nella Milano degli anni Ottanta, in uno scenario ben diverso da quello delle spiagge paradisiache della Polinesia: "Nel secondo dopoguerra mio nonno aveva aperto un bar ristorante nell'hinterland di Milano. Lì lavorava tutta la famiglia e lì da ragazzino, negli anni Settanta e Ottanta, ho mosso i miei primi passi come barman, spinando birre e gazzose e facendo caffè e cappuccini. È stata una vera e propria scuola, nella quale ho imparato l'arte dell'ospitalità, per altro innata in noi italiani, e iniziato a dare via libera anche alla mia creatività, ad esempio dolcificando il caffè con la crema di cocco o preparando le mie prime **Piña Colada**". Oggi Dalla Pola vive a Miami.

Come si passa dal bar di famiglia alla ribalta internazionale del bartending?

Negli anni Novanta a Milano ho iniziato a fare quello che oggi si chiama "guest bartender". Sono stati anni davvero strepitosi per la città, che hanno visto nascere il bartending e l'happy hour: lavoravo tre, quattro sere a settimana nei cocktail bar più trendy dell'epoca e mi chiamavano diversi marchi per fare promozione in giro per l'Italia. In quel periodo ero più focalizzato sul *tex-mex*, con una proposta di cocktail come **Margarita** e **Daiquiri**, serviti con frutta fresca e vistose decorazioni, e sul bartending acrobatico. Insomma, si faceva anche spettacolo, con dei veri e propri tour che passavano da Porto Cervo a Cervinia e apparizioni televisive. Poi ho iniziato a viaggiare, ad andare all'estero per vedere anche altri modi di fare miscelazione e conoscere altre culture tra cui, appunto, quella Tiki. Sono stato diverso tempo a Miami, ho lavorato con persone di diversa provenienza, dal Sud America al Giappone e, quando sono rientrato in Italia, nei primi anni 2000, ho aperto, in società con **Davide Cavallari**, **Maurizio Gerosa** ed **Elena Esposito**, il **NU Lounge** a Bologna, nel quale ho messo l'essenza del mondo tiki: Rum, sciropi con basi home-made e, ovviamente, **Tiki mug**.



CHI È DANIELE DALLA POLA

Milanese di nascita ma cosmopolita, esperto di cultura tiki e mixologist di fama internazionale, **Daniele Dalla Pola** ha trascorso gran parte della sua carriera nei locali più trendy di tutto il mondo e collezionato diversi riconoscimenti, tra i quali, nel 2011, quello di campione del mondo alla **Below Cocktail World Cup** in Nuova Zelanda. Appassionato da sempre di Rum, è proprietario del marchio **Alamea**, da lui creato. Dopo anni di viaggi tra l'Italia, dove ha fondato il **NU Lounge** di Bologna, i Caraibi, il Sud America, il Sud Africa, le Mauritius, le Filippine e il Sud Est Asiatico, nel 2016 si è stabilito a Miami, dove gestisce l'**Esotico** e il **Kaona Room**.

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





E negli anni il NU Lounge è diventato uno dei tiki bar più importanti al mondo. Qual è stato il vostro segreto?

Intanto, va detto che vent'anni fa il capoluogo emiliano, per quanto riguarda locali e vita notturna, era ancora considerato una città di provincia; perciò, il NU Lounge ha avuto successo inizialmente perché era davvero una novità per Bologna. Ma la chiave del suo boom è stata il fatto di essere un locale con una propria personalità. Nel Tiki ci si identifica: chi apre un locale tiki per seguire l'onda, perché è trendy, non va lontano se non ha una passione autentica e una conoscenza approfondita del Rum e dei cocktail che hanno in questo distillato l'ingrediente principe. È fondamentale poter attingere a una collezione di Rum di qualità e saper realizzare le preparazioni "in casa": è questo che rende unico il cocktail e fa percepire a chi lo gusta il sapore e l'atmosfera esotica di cui è espressione. Non possiamo pensare che basti acquistare un set di Tiki mug su **Amazon** per definire il proprio locale un tiki bar o inserire nella drink list una Piña Colada, che semmai è un tropical cocktail: chi ama il Tiki e sceglie un locale di questo tipo è un fine conoscitore di questo mondo, vuole saperne sempre di più e il bartender deve essere in grado di rispondere alle sue domande.

Immaginiamo allora un cliente curioso, che vuole saperne di più sulla storia della miscelazione tiki: quale risposta gli potremmo dare?

La miscelazione Tiki nasce con Donn Beachcomber negli anni Trenta. A fare la fortuna del Tiki sono stati anche Victor j. Bergeron e Steve Crane, ma è Beachcomber che ha avuto l'intuizione, vincente, di miscelare diversi tipi di Rum nei cocktail e la genialità, poi, di dare ai suoi drink dei nomi *cool*. Il Tiki ha trovato espressione non solo nei drink, ma in un contesto più ampio fatto di musica, arte, cinema e moda e ha rispecchiato un mondo che però, con gli anni Settanta, ha iniziato a perdere il proprio fascino. Per i nuovi giovani tutto ciò che evocava l'esotico era qualcosa di vecchio, che apparteneva alla generazione dei loro genitori. Per evadere si cercavano ora nuovi tipi di intrattenimento, si ascoltava la musica dance, si beveva vodka. Così il Tiki è caduto in declino anche nel mondo del bar e ha ripreso vigore solo all'inizio del nuovo millennio, sulla scia di una nuova Golden Age della miscelazione: un merito lo hanno avuto anche i grandi marchi del settore, che hanno investito parecchie risorse, oltre che in marketing ed eventi, nella qualità e varietà di prodotti come **Tequila**, Rum e liquori alla frutta, diffondendo quell'idea di "bere bene" che ha dato un nuovo slancio al mondo dei cocktail e dei locali.

Il Tiki, quindi, è tornato, anche se, forse, per i veri appassionati non se ne era mai andato. Ma possiamo dire che ha assunto una nuova connotazione?

I CLASSICI DI DANIELE DALLA POLA

Missionary's Downfall



- 30 ml succo di lime fresco (filtrato)
- 30 ml Alamea Peach Brand
- 45 ml Blue Agave Nectar Reà
- 60 ml Bacardi Superior o El Dorado 3yo
- 4 pezzi di ananas
- 10 foglie di menta

Frullare il tutto senza ghiaccio utilizzando un frullatore a immersione. Aggiungere ghiaccio tritato e frullare nuovamente fino a quando diventa "cremoso" e si ottiene un effetto "marmorizzato". Servire in una grande coppa da cocktail e guarnire con un rametto di menta al centro. (La ricetta originale usa uno sciroppo di miele, un **Honey Mix** con parti uguali di acqua e miele).



DISTRIBUITO DA
ONESTIGROUP
THE PRODUCT OF ITALY

EXPLORE THE MAGIC WORLD OF HERBS

DIGESTIVO DA OLTRE 175 ANNI

DRINK RESPONSIBLY



Underberg®



Parlerei di **Modern Tiki**, perché c'è stata comunque un'evoluzione del gusto e dei sapori. Riprodurre alla lettera miscele del passato non dà sempre un buon esito: anche a me è capitato di trovare ricette di cocktail che spopolavano in altre epoche e ho provato a riprodurle con gli stessi ingredienti e dosaggi, ma ne sono usciti drink imbevibili, anche perché non possiamo sapere con esattezza che tipo di prodotti, a livello di distillati e frutta, fossero disponibili all'epoca. Così ho preferito, partendo dalla ricetta originale, sperimentare nuovi mix che, serviti con qualche effetto scenografico, hanno saputo catturare il palato e i sensi di chi li beve e sono divenuti un successo. Lo **Zombie Ghost**, ad esempio, è una riproduzione dello Zombie, uno dei tiki drink per eccellenza, servito in un bicchiere da 12 pollici, somigliante a un vaso di fiori. È un drink completamente trasparente, nel quale si vedono un cubo di ghiaccio tagliato a mano e, in superficie, una floating di Rum rosso, emblematico di come il Modern Tiki possa sposare anche uno stile minimal.

Dal 2019 il Modern Tiki ha anche una casa: è l'Esotico Miami, un tempio per gli appassionati del genere, al quale hai affiancato poco meno di un anno fa il Kaona Room, dove tutto, ma proprio tutto, è Tiki...

Il Tiki in America è uno stile di vita. Ci sono diversi eventi dedicati a questa cultura in diverse grandi città, da San Diego ad Atlanta, e c'è un popolo di appassionati che non esita a spendere centinaia di dollari per acquistare una mug e crearsi un tiki bar in casa propria. **Esotico Miami** e **Kaona Room** sono pensati per loro. I due locali sono attigui, la cucina è in comune, ma, mentre all'Esotico serviamo anche cocktail non propriamente della tradizione Tiki, al Kaona, più piccolo e ispirato all'idea degli speakeasy (n.d.r. *Kaona* significa in hawaiano "qualcosa di nascosto"), la drink list è fedele in tutto e per tutto al genere. Ho curato io stesso il design del locale, in collaborazione con artisti e artigiani che hanno realizzato il bancone in legno intagliato con motivi polinesiani, le lampade, le mug e le maschere tiki.

Tornando all'essenza dei cocktail, che cosa non può mancare nelle bottigliere di un locale tiki a tutto tondo?

Il Rum, ovviamente. Si usano in parte minore anche **Gin, Whisky, Brandy, Cognac e Tequila**, ma è il Rum a farla da padrone. Donn Beach usava in particolare Rum di Cuba, della Jamaica e di Portorico. Nel mio locale prediligo distillati provenienti da Portorico, Venezuela, Australia, Fiji e Messico, ma non si possono dimenticare i **Rum Demerara**, della Guyana, e il **Rum agricolo** della Martinica. Citerei, infine, anche i liquori **Alamea**, che io stesso ho ideato, insieme a **Elis Carriero**, ricreando prodotti non più presenti sul mercato o tipicamente home-made.

El Zombi

- 30 ml DanMix#9
- 30 ml succo di lime fresco (filtrato)
- 15 ml DonMix#2
- 30 ml Bacardi Ocho Reserva Rum
- 30 ml Lemon Hart Demerara Overproof Rum
- 30 ml Mezcal
- 6 gocce Pernod
- 3 gocce Angostura bitters (float)

Utilizzare un mixer elettrico o shakerare con ghiaccio tritato. Versare senza filtrare in un bicchiere **Zombie**. Guarnire con due rametti di menta. È una versione robusta del classico **Don The Beachcomber Zombie**, miscelato alla perfezione con Mezcal e l'esclusiva miscela di Rum dell'**Esotico Miami**.





RACCONTI DAL PASSATO

UNA STORIA TUTTA AMERICANA

Da una parte l'influenza degli Stati Uniti su Cuba, dall'altra la West Coast catturata dal fascino esotico della Polinesia: la storia dei cocktail caraibici e tiki corre parallela su questi binari e parla di una miscelazione creata ad arte dagli americani.

di Luca Tesser



CUBA E GLI ESORDI DELLA MISCELAZIONE CARAIBICA

La storia di Cuba e il suo rapporto con gli Stati Uniti la dicono lunga su come la miscelazione caraibica si sia evoluta e sul perché i suoi più iconici cocktail siano diventati in seguito conosciuti in tutto il mondo. Gli interessi americani sull'isola sono andati crescendo dalla fine del XIX secolo, hanno toccato l'apice negli anni Cinquanta con **Fulgencio Batista**, che a fasi alterne ha governato l'isola dal 1933 al 1959, e hanno subito una battuta d'arresto con l'arrivo di **Fidel Castro**.

Il primo protagonista della storia della presenza americana a Cuba è la **Fruit Company**, una delle prime grandi multinazionali statunitensi, che costruisce con l'isola un rapporto molto stretto. Le piantagioni della Compagnia hanno un enorme valore a Cuba e gli interessi della Fruit si mescolano alla vita politica locale. Il cocktail caraibico e cubano per eccellenza, il **Daiquiri**, nasce proprio per merito di un ingegnere americano che lavora per la Fruit Company e le vite stesse del Presidente Fulgencio Batista e della famiglia Castro si intrecciano con la multinazionale, i cui interessi sull'isola rendono Cuba una sorta di feudo commerciale americano. Le abitudini americane si impongono sul tessuto sociale cubano: all'Avana na-

Gli interessi americani nell'isola di Cuba sono andati crescendo dalla fine del XIX secolo, hanno toccato l'apice negli anni Cinquanta e si sono bruscamente interrotti con la rivoluzione castrista.

Quando si pensa alla miscelazione caraibica e tiki, erroneamente, si pensa a un tipo di miscelazione autoctona, come se i più famosi cocktail con queste caratteristiche facciano parte della cultura dei Caraibi o della Polinesia. In realtà non è proprio così.

Le storie della mixology in stile caraibico e dei drink Tiki sono diverse fra loro, ma corrono parallele e hanno in comune un elemento: il voler manipolare quell'attrazione per l'esotico di cui è permeata la cultura americana del Novecento.



athensbarshow.gr



athens bar show

stirring up
the future
of bars

7-9.11 2023

November 7 — 8th
Athens Bar Show
Exhibition

November 9th
ABS Closing Party

Don't miss
the Athens Bar Week
Pop-Ups & Events

November 5 — 9th
The World's Best Bars
Take Over The City

A 2-day Educational Expo for Bartenders and Hospitality Professionals

20.000 sq.meters Exhibition Space

12.000 Visitors

5 Presentation Stages

80+ Presentations, Seminars & Workshops

40+ hours of Seminars

70+ Guest Speakers from all over the World



scono club americani, i bar negli hotel impongono un servizio “all’americana” e il cocktail, così caro agli americani, diventa un elemento essenziale. La miscelazione classica soddisfa quindi la presenza americana all’Avana, ma, sul palcoscenico dell’industria dell’intrattenimento, si trova a interagire e a mescolarsi con un altro protagonista dell’isola: il Rum. Dalla contaminazione nascono il Cuba-Libre, il Mojito, il Daiquiri, la Piña Colada.

DAL BUSINESS DELLA MAFIA ALLA RIVOLUZIONE CASTRISTA

La mafia italo-americana aveva da tempo puntato gli occhi su Cuba e, in particolare, sull’Avana: il progetto era quello di trasformarla in una sorta di Montecarlo dei Caraibi. Entra così in scena il secondo protagonista di questa storia: **Meyer Lansky**. Dagli anni del proibizionismo la mafia aveva già un rapporto stretto con l’isola caraibica: da qui arrivava il Rum che veniva fatto entrare illegalmente negli Stati Uniti. Sul finire degli anni Trenta l’interesse della malavita organizzata verso Cuba cresce sempre più grazie a Meyer Lansky, appunto, che insieme a **Lucky Luciano** e **Bugsy Siegel** è ai vertici dell’organizzazione. In pochi anni Lansky fa sì che la mafia agisca come una multinazionale, portando le più importanti famiglie americane a investire a Cuba e a fare affari, trasformando L’Avana in una capitale turistica dove hotel, casinò, night club e, ovviamente, tutte le attività illegali, diventano di proprietà della malavita. Il business tanto sognato da Lansky ha solo lati positivi: il denaro esce dagli Stati Uniti e rientra pulito. Le attività lecite e illecite sono protette da un patto con il presidente Batista, perciò, a Cuba, la mafia può operare indisturbata e all’Avana nascono hotel come il Capri, di proprietà, appunto, di Lansky e altri alberghi di lusso, dotati di casinò, night club e tutti i confort possibili. È l’epoca del **Montmartre**, del **Tropicana**, del **Floridita** e dei fasti dell’**Hotel National**. Gli ameri-



cani prendono letteralmente d’assalto l’isola caraibica: per le star come **Frank Sinatra**, i politici come **J.F. Kennedy** e le grandi personalità del mondo del business americano L’Avana è la città del divertimento senza limite. In questo scenario la miscelazione caraibica si evolve e diventa di moda. Le notti all’Avana profumano di sesso e gioco d’azzardo e l’alcol scorre a fiumi: Cuba Libre, Daiquiri, **Papa Doble** e Mojito sono le star delle notti cubane, che dureranno fino all’8 gennaio 1959, quando Castro entra all’Avana sancendo l’inizio

Negli anni Cinquanta L’Avana diventa una capitale turistica gettonatissima dagli americani, che affollano gli alberghi di lusso, i casinò e i night club.

U.S.A. *Handcrafted Legends*

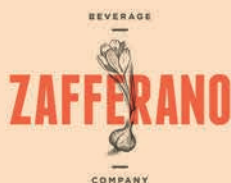


Il signature four grain
straight bourbon whiskey.
Radici italiane,
esperienza americana.



Ribelle e vivace, distillato di
segale al 100%. 4 years aged,
uno dei whisky artigianali più
antichi degli U.S.A. THE RYE!

distribuiti da



Bevi Responsabilmente



di una nuova era. Il sogno di Lansky si infrange e, con l'esclusione di qualsiasi influenza americana su Cuba, la mafia subisce uno smacco senza precedenti. Non è però la fine della miscelazione caraibica, che da lì avrebbe continuato a crescere e svilupparsi fuori dai confini dell'isola.

TIKI, UNA STORIA SEMPLICE

Per quanto riguarda il Tiki, la storia è ancora più semplice, perché una miscelazione polinesiana non è mai realmente esistita. Il Tiki nasce sulla scia di una moda esotica che invade la costa Ovest degli Stati Uniti e che è strettamente legata all'industria del cinema, con Los Angeles come capitale indiscussa. Protagonista assoluto della storia del Tiki è **Donn Beach**, il cui vero nome era **Ernest Reymond Gantt**: fu lui il primo ad aprire un locale in stile polinesiano, nel 1933. La vita di Donn Beach è colma di storie avventurose, che molto probabilmente hanno ben poco di reale. Più concreta è invece la produzione cinematografica hollywoodiana, fin dagli anni Venti stregata dal fascino per il Pacifico. È infinita la serie di pellicole ambientate in scenari esotici come **The Adorable Savage** (1920), **The White Flower** (1923), **Uragano** (1937), **Adventure's End** (1937). L'interesse per il genere continua negli anni Quaranta, con film che hanno per tema la guerra nel Pacifico, e con l'attrazione per l'esotico che diventa realtà nel locale di Donn, luogo di incontro per il jet set hollywoodiano: clienti fissi

sono **Charlie Chaplin**, **Marlene Dietrich**, **Clark Gable** e **Vivien Leigh**, ai tavoli si servono cocktail dalla presentazione e dal gusto esotico, come lo **Zombie**, il **Cobra's Fang**, il **Navy Grog**, e il distillato dominante è il Rum. Ma tutti questi drink non sono importati dalle isole del Pacifico: sono frutto di un'invenzione, il riflesso della moda e del clima sociale di quegli anni. In definitiva, sono prodotti di una miscelazione artefatta, creata ad arte come uno spettacolo per soddisfare il gusto e la voglia di evasione, che negli anni ha comunque fatto proseliti in tutto il mondo. Il Tiki, inteso come mood e stile di vita, è, infatti, anche oggi più vivo che mai. III

I drink esotici sono frutto di un'invenzione, il riflesso della moda e del clima sociale di un'America desiderosa di sognare atmosfere paradisiache.





MARTINY'S

LA MANHATTAN CHE STUPISCE

di Luca Tesser

Difficilmente mi innamoro di un locale, ma nel caso del Martiny's di New York è successo. E in maniera immediata. Non saprei trovare un solo difetto a questo meraviglioso cocktail bar di Manhattan. Accoglienza, servizio, qualità, tecniche, bottigliera, staff: tutto assolutamente perfetto e i meriti vanno a Mr. Takuma Watanabe.

Il Martiny's sorge in una palazzina a Gramercy, una zona di Manhattan che personalmente adoro, a due passi da Union Square, con i suoi parchetti e i meravigliosi scorci notturni fra l'Empire e il Chrysler. L'edificio nel XIX secolo era una vecchia rimessa carrozze e ha ospitato successivamente la casa e lo studio di Philip Martiny, scultore franco-americano da cui il locale prende il nome.

STILE GIAPPONESE E ATMOSFERA RAFFINATA

Amo i locali che mostrano la loro identità ancora prima di varcare la soglia e il Martiny's è esattamente così: traspare subito un'eleganza che non ha nulla di snob, ma che semplicemente rende perfettamente visibile il luogo nel quale si sta entrando. Il Martiny's è un cocktail bar in stile giapponese: elegante, raffinato, sontuoso, intimo. Un luogo dell'anima con un'atmosfera unica. Ma non solo: il Martiny's è un tempio della miscelazione, un locale nel quale il cocktail è protagonista assoluto. Qui si può godere a pieno dell'arte della miscelazione, che senza bisogno di vistosi bicchieri o decorazioni elaborate, stupisce proprio per raffinatezza e pura e semplice eleganza.

Al piano inferiore troviamo il banco con le sedute ed è qui che si percepisce tutta la magia del Martiny's, perché si può ammirare la straordinaria abilità tecnica di Takuma, Ethan Sugar e Yummy. La bottigliera è imponente, la selezione di distillati di qualità è incredibile, soprattutto per quanto riguarda la selezione di Whisky e, in particolare, delle etichette giapponesi. Al piano superiore è allestito un salotto dalla raffinatezza non ostenta-



ta, con arredamenti di pregio e pezzi originali che sanno infondere all'ambiente una perfetta armonia, capace di far sentire l'ospite immediatamente a casa.

QUI TUTTO È COME DEVE ESSERE

Al Martiny's tutto è assolutamente perfetto: cristalleria di qualità eccelsa, drink list curata ed elegante e un'ospitalità giapponese che si sposa pienamente con l'ambiente ovattato del locale. La miscelazione è ai massimi livelli e non stupisce il fatto che un locale nato da poco sia già fra i "Best Bar" del mondo. La connotazione fortemente giapponese privilegia una miscelazione di stampo classico, fatta di gesti perfetti, dove nulla viene lasciato al caso. I signature, anch'essi dalle note fortemente classiche, stupiscono nei profumi e nel gusto e danno la piacevole sensazione di consumare qualcosa di semplicemente perfetto. Al Martiny's l'atto di bere qualcosa non si limita al semplice consumo di un drink, ma diventa uno scivolare in un turbine di emozioni, travolti da un'opera d'arte capace di confondere i sensi e ammaliare l'anima attraverso il gusto. ■

Il Martiny's prende il proprio nome da quello dello scultore Philip Martiny, che ha abitato nella palazzina in cui si trova il locale, a Gramercy, una zona di Manhattan a due passi da Union Square.





NEW YORK

MANHATTAN BY NIGHT

di Chiara Cossu

A Manhattan si trovano i locali più eleganti e sofisticati della Grande Mela. Scesa la notte, l'isola si trasforma in un tripudio di luci e colori a cui è impossibile resistere e da Central Park a Tribeca, passando per il Village, diventa un luogo magico.

NEW YORK CITY

MANHATTAN



New York è, senza ombra di dubbio, una delle capitali mondiali della miscelazione. Il cocktail si esprime ai massimi livelli in questa magnifica città, che ha avuto un ruolo fondamentale nell'origine dell'arte della miscelazione. La metropoli è sempre in movimento, qui le mode passano velocemente, le tendenze si impongono e, tuttavia, il classico rimane classico.

I cocktail bar sono tanti e in gran parte di ottimo livello. A New York il cocktail è uno stile di vita e a Manhattan, in particolare, si trovano i locali più eleganti e sofisticati della Grande Mela. Scesa la notte, l'isola si trasforma in un tripudio di luci e colori a cui è impossibile resistere. Da Central Park a Tribeca, passando per il Village, Manhattan diventa un luogo magico, intrigante e misterioso, dove vien voglia di perdersi e farsi trascinare da una vorticiosa bellezza. **Mixology Mag** lo ha esplorato alla ricerca della migliore miscelazione. Ecco cinque locali che ci hanno maggiormente colpito per qualità dei drink, location e servizio.



THE CAMPBELL

Il **Campbell** è un vero gioiello. Un locale pieno di fascino e assolutamente unico. Si trova sulla **Vanderbilt Avenue**, all'interno della **Grand Central Station**. Lo consigliamo dopo, magari, aver provato qualche ostrica all'**Oyster Bar** della Gran Central. Il locale è stato realizzato all'interno di quello che era l'ufficio del finanziere **John W. Campbell**, che negli anni Venti prese possesso di questo spazio riproducendo alla perfezione, all'interno, un palazzo fiorentino del XVI secolo, con soffitto a cassettoni, mobili d'epoca, grandi vetrate colorate e un grande camino che ospita ancora oggi la sua cassaforte. È un luogo fuori dal tempo, in cui le luci sono soffuse e l'atmosfera è intima e rilassata. Ne avevamo sentito parlare bene e le nostre aspettative non sono state deluse. Lo consigliamo soprattutto per iniziare la serata. La miscelazione classica è assolutamente degna di nota, ben espressa nel meraviglioso **Manhattan Cocktail**, classico e perfetto. Anche i signature sono strepitosi: abbiamo provato il **Picante Conde** con Mezcal, Bitter messicano, Aperol, succo di limone e cannella.





BGIN[®]

DISTILLED GIN

SPIRITO BERGAMASCO

SPIRITO BERGAMASCO

è un e-commerce di liquori e affini
che vende prodotti realizzati
da artigiani e aziende che posseggono
lo Spirito Bergamasco.



@SPIRITBERGAMASCO

DANTE WEST VILLAGE

Il **Dante West Village** è il fratello minore del più famoso **Caffe Dante di MacDoual St.**, storico locale di NYC fondato da **Mario Flotta** nel 1915 nel **Greenwich Village**. Ci troviamo nel cuore del West Village al 551 di **Hudson St.** La location ha una connotazione fortemente europea. Al Dante ci si sente subito a casa. L'atmosfera è piacevole ed elegante. I tavolini all'esterno, il bancone bianco piastrellato, l'arredamento curato sono l'immagine di un luogo dell'anima. È uno di quei locali dove è facile diventare degli *habitué*. Perfetto per un aperitivo in una serata primaverile, sedendo in un tavolino all'esterno. Qui si respira al meglio l'atmosfera unica del Village. Eccezionale il **Brooklyn Cocktail**, come la selezione di **Negroni**. Interessanti sono i cocktail pre-batch da portare a casa, anche se non ci ha entusiasmato il fatto che gran parte dei cocktail vengono serviti direttamente dalla bottiglia, la stessa che vi verrà poi venduta e mostrata prima di servire il cocktail, come se si trattasse di un vino d'annata.



ATTABOY

Fra gli speakeasy di New York, l'**Attaboy**, è il più blasonato e conosciuto. Un piccolo locale al **134 di Eldridge St.** nel **Lower East Side**. Non si accettano prenotazioni e chi prima arriva, meglio alloggia. L'accesso è da una porta anonima, ma non difficile da scovare. Il locale è piccolo, intimo, con luci soffuse e si sviluppa come un lungo corridoio sul quale scorre il bancone. Alcuni tavoli sono sul lato opposto e la toilette è in fondo: una pianta semplice, ma caratteristica. Non è facile trovare posto all'Attaboy, ma la disponibilità del personale aiuta: lasciando il numero di telefono si verrà richiamati appena si libererà un posto. I drink sono ottimi e di livello e accompagnati da un servizio cortese e simpatico. Ottima è la loro personale interpretazione del **Manhattan**, mentre non sono da meno il **Greenpoint** e il **Ross' Penicillin**.



SCENTED.
HISTORICAL.
ARTISTIC.



Enfleurage®

WWW.GINENFLEURAGE.IT

OVERSTORY

Ci troviamo nel **Financial District**, vicinissimi a **Wall Street** e l'**Overstory** è semplicemente strepitoso. In **Pine Street** si entra nella hall e si attende di essere portati in paradiso da un ascensore che sale rapidissimo fino al 64mo piano, dove si trova il locale, dal cui rooftop si può ammirare una vista a 360 gradi su Manhattan. Inutile dire che lo spettacolo toglie il fiato: un panorama magnifico, un'imperdibile cartolina notturna della Grande Mela. La location è moderna e affascinante: cristalli, metallo e velluto dominano incontrastati. I tavolini all'interno sono intimi e l'illuminazione crea un ambiente molto piacevole. Il banco è a semicerchio, fra i due accessi all'esterno. La miscelazione è moderna e creativa, ma fonda le proprie radici nel classico.

Abbiamo provato **Maiz**, cocktail che abbina Tequila, Mezcal, fiori di calendula, mais, albume e Soda. Morbido e sinuoso. Fantastico anche il **Deluxe Manhattan**, che abbina Rye Whisky, Amaro, lampone, olio d'oliva e sale.



APOTHÈKE

Nel cuore di **Chinatown** in **Doyers St.** l'**Apothéke** è uno speakeasy che lascia a bocca aperta: gli arredi ammaliano e il contesto è sontuoso ed elegante. L'accesso è più che evidente: oltrepassata la soglia si entra in un grande spazio con comodi divanetti e sul fondo si scorge un'altra stanza con il bancone dalla bottigliera fornitissima. Abbiamo avuto la fortuna di provarlo durante una serata con musica

dal vivo. La miscelazione è di alto livello e in grado di accontentare ogni tipo di palato. E se il servizio è nella norma, a fare la differenza è proprio l'atmosfera di altri tempi: si ha davvero l'impressione di entrare in un altro mondo. Curato in ogni minimo dettaglio, l'Apothéke rappresenta un'ottima location dove passare un momento di relax, anche a tarda ora.





DISTILLAZIONE

LA PARTE NOBILE DELLA MATERIA

di Giovanni Campari

Distillare è cercare l'anima della materia, separarne la quintessenza. Il distillato è ciò che salviamo dall'alterazione del tempo e fissiamo in uno stato quasi incorruttibile.



Distillare è un mestiere, una tecnica, ma soprattutto un'arte. Perché alcuni maestri distillatori riescono a produrre opere di così straordinaria raffinatezza? Solo grazie alla tecnica? No, non solo, anche se la tecnica è alla base di un distillato di qualità. Cerchiamo di spiegare che cosa avviene durante la distillazione e quali sono i modi di distillare.

SEPARAZIONE E FERMENTAZIONE

Obiettivo primario della distillazione è separare l'etanolo dall'acqua, questo processo avviene sfruttando il cambiamento di fase (da liquido a vapore) della miscela acqua/alcol. Ipotizziamo per un momento di avere una soluzione composta unicamente da etanolo e acqua (questo è un caso che non si verifica praticamente mai nella realtà, ma ci aiuta a capire che cosa accade). Bene, etanolo e acqua hanno due tensioni di vapore diverse, il che equivale a dire che, a parità di pressione atmosferica, evaporano a due temperature differenti.

Nello specifico, l'acqua pura (cioè priva di sali o soluti disciolti) a pressione atmosferica evapora alla temperatura di 100°C, mentre l'etanolo, sempre a pressione atmosferica, evapora a 78,4°C. La distillazione sfrutta la differenza tra le due temperature di ebollizione per separare l'etanolo dall'acqua. Tutto semplice, quindi? No, perché nelle condizioni reali ci sono moltissime altre sostanze all'interno della miscela acqua/etanolo: altri alcoli (metanolo, propanolo, butanolo, pentanolo ecc.), composti aromatici (terpeni, esteri, aldeidi, fenoli, furfurali...),

Impianto di distillazione in continuo a colonna

CLAIRIN

The Spirit Of Haiti



zuccheri e sali minerali, proteine, fibre, ma anche materiale solido grossolano. Tutte queste sostanze non solo intervengono sulle proprietà della miscela, ma addirittura reagiscono tra loro durante il processo di distillazione, dando luogo a reazioni chimiche che producono nuove sostanze che prima non c'erano. La distillazione dell'alcol avviene a partire da una miscela o soluzione in cui sia già presente dell'alcol etilico, prodotto da lieviti, microrganismi unicellulari che trasformano gli zuccheri semplici (glucosio e fruttosio) in etanolo e anidride carbonica (CO₂) come prodotti primari.

La fermentazione gioca un ruolo molto importante della produzione di moltissimi distillati, perché crea dei precursori aromatici che ritroveremo nel distillato. Questo vale per tutti i distillati tranne che per due: **Gin** e **Vodka**. Questi, infatti, non provengono dalla distillazione diretta di un fermentato, ma vengono prodotti a partire da **NGS (Neutral Grain Spirit)** ossia alcol neutro di cereali fermentati che è già stato "ripulito" e rettificato e ha un gusto quasi neutro.

DISTILLAZIONE DISCONTINUA E CONTINUA

La distillazione discontinua (o "a batch") avviene in alambicchi a uno o più stadi la cui caldaia viene caricata del **mash** (o **liquor**, che è il liquido da distillare). Dopo un singolo processo di distillazione (che può essere anche a due stadi o a tre stadi come nel caso del Whisky) gli alambicchi vengono svuotati di ciò che rimane in caldaia (le borlande) e si raccoglie il cuore, cioè la parte "buona" del distillato, separato dalle teste e dalle code, che verranno poi ridistillate per recuperare la parte di etanolo presente.

La distillazione continua avviene normalmente in grossi impianti dove il mash (o liquor) passa attraverso delle colonne molto alte, all'interno delle quali sono posizionati ad altezze predefinite dei piatti, cioè delle sezioni in cui il vapore sbatte contro il piatto e ricondensa finché non si forma uno strato liquido. Per far sì che la separazione abbia luogo è necessario realizzare il contatto fra la fase liquida, che scende dall'alto, e i vapori in risalita dal basso. Il contatto viene realizzato mediante i piatti, costituiti da una superficie forata e dotata di dispositivi che mettono in contatto le due fasi. Ci possono essere



Alambicco
"Pot Still"



Distillare è un mestiere, una tecnica, ma, soprattutto, un'arte

diversi tipi di piatti (a campanelle, a valvole e forati), ognuno con delle caratteristiche di processo diverse. Nella distillazione a batch abbiamo un inizio e una fine, mentre nella distillazione continua abbiamo un continuo carico della miscela da distillare in caldaia e un continuo scarico dell'alambicco. Le distillazioni a batch sono utilizzate per tutti i distillati artigianali, sono praticate su molteplici tipi di alambicchi e rappresentano la tradizione ancestrale della distillazione. Le distillazioni continue sono l'applicazione industriale della massima efficienza in termini di resa di etanolo e "pulizia" del distillato, ma possono dare risultati eccessivamente neutri. Chiaramente, questo dipende sempre dal tipo di distillato che intendiamo realizzare: in alcuni casi la distillazione a colonna riesce a donare eleganza a una base molto "sporca" o troppo aromatica.

RETTIFICAZIONE

Al di là dei tecnicismi, ciò che dobbiamo capire è una cosa molto semplice: quando stiamo distillando una miscela, più ostacoli mettiamo al vapore per salire, ossia maggiormente ricondensiamo il vapore riportandolo alla fase liquida, e più andremo a separare le sostanze volatili più leggere da quelle più pesanti. Il termine corretto di questa operazione è rettificare; quanto più rettifichiamo un liquido e tanto più puro di etanolo sarà il vapore che andremo a raccogliere in uscita dall'alambicco.

IL DEFLEMMATORE

Un sistema molto usato negli impianti a batch è il deflemmatore, un sistema di raffreddamento che viene posto sulla sommità del distillatore, dove condensa parzialmente i vapori in uscita dalla testa di distillazione, dalla quale si ottiene, sfruttando le differenti temperature di ebollizione dei diversi composti, un vapore più ricco delle componenti più volatili. Ci sono diversi tipi di deflemmatori, da quelli più rudimentali, che consistono semplicemente nel far percolare dell'acqua fredda sopra il duomo (la parte più alta dell'alambicco), fino a sistemi più efficienti, dove si installa uno scambiatore di calore a fascio tubiero, all'interno dei tubi passa il vapore in distillazione, mentre nell'intercapedine acqua di raffreddamento. Nei sistemi automatizzati si può impostare la temperatura dell'acqua di raffreddamento, ottenendo una condensazione dei vapori alla temperatura desiderata, che può variare durante la distillazione. Usando il deflemmatore si riesce a estrarre un distillato più puro in alcol, cioè meno ricco di sostanze aromatiche pesanti e vapore acqueo.

IL CONDENSATORE

I vapori che escono dall'alambicco devono essere condensati; passando attraverso uno scambiatore di calore che li raffredda, ritornano allo stato liquido. I condensatori sono di vari tipi: a fascio tubiero, a piastre, a serpentina immersa ecc. Il più semplice dei condensatori, ma anche il meno efficiente, è un semplice tubo a serpentina immerso in una vasca di acqua corrente. Il liquido che esce dal condensatore va in un tubo in cui galleggia un alcolometro (strumento che permette di misurare il grado alcolico del distillato in base alla sua densità, perché l'acqua è più pesante dell'alcol): in tal modo si riesce a vedere in tempo reale come cambia il grado alcolico del distillato in base alle azioni che facciamo. Se, ad esempio, aumentiamo la temperatura in caldaia e disattiviamo il deflemmatore, avremo una maggiore evaporazione della parte acquosa con un conseguente calo del grado alcolico nel distillato, che uscirà anche con maggiore portata, perché avremo una evaporazione vigorosa; viceversa, se attiviamo il deflemmatore, noteremo che il distillato in uscita rallenterà la sua portata, ma avrà un grado alcolico maggiore, grazie all'azione di "schermo" del deflemmatore.

IL RISULTATO DELLA DISTILLAZIONE

Alla fine di una distillazione, ciò che raccogliamo è il cosiddetto "cuore", detto anche "alto grado" perché ha una gradazione alta (generalmente 70-85% Alc., ma variabile in base al tipo di distillato, alambicco ecc.). Nel caso dei distillati bianchi, il cuore viene diluito con acqua demineralizzata al grado desiderato, viene poi filtrato (ma non sempre) e imbottigliato. Talvolta può essere stoccato per un breve periodo di maturazione in acciaio. I distillati invecchiati, invece, hanno un colore ambrato più o meno intenso, che deriva dal contatto con il legno. Mesi e anni di passaggio in botte arricchiscono il distillato di sentori complessi derivati dall'estrazione della parte aromatica del legno: vaniglia, tabacco, cuoio, datteri, uva sultanina ecc.



Alcolometro per misurare il grado alcolico del distillato in uscita

L'AUTORE

Giovanni Campari, 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 **Duvel-Moortgat** e si dedica a **TERRA - wild spirits**, il suo progetto di distillati che raccontano le terre. Inizia nel 2021 con **Gin Terrae**, tre London dry gin da botaniche selvatiche raccolte a mano in tre regioni italiane, e prosegue in Messico con la linea **Padres de la Tierra**, un Sotol, un ensamble e un destilado de agave azul. È stato il primo europeo a produrre un Sotol in Messico.





DISTILLATI

CLAIRIN: IL RHUM HAITIANO TRA UNICITÀ E TRADIZIONE

Rhum di metodo francese prodotto ad Haiti, il Clairin è la frontiera più sincera e naturale di un distillato che, in altri casi, si è via via industrializzato ed è divenuto sempre più commerciale. Nessun altro Rhum al mondo possiede un'analogia autentica.

di Luna Maller



Haiti è un Paese dalla storia travagliata e difficile. Uno degli Stati più poveri al mondo, dall'anima complessa, che si contrappone a quella della Repubblica Dominicana, l'ex dominio spagnolo con cui condivide il territorio dell'isola Hispaniola, nell'arcipelago delle Antille. Per comprendere l'unicità del Clairin, Rhum di metodo francese, è necessario comprendere l'essenza di questo Paese.

UN PO' DI STORIA

Haiti è il primo Paese del continente americano nato da una rivolta di schiavi. Ottiene l'indipendenza nel 1801 e **Toussaint Louverture** è il simbolo di questa lotta. I contrasti con la Francia si risolvono solo nel 1862, quando finalmente quest'ultima riconosce Haiti come stato indipendente. L'elemento razzista ha sempre relegato Haiti ai margini della politica e dell'economia mondiale e certo il susseguirsi di dittature militari e la parabola sanguinaria di **Papa Doc** non hanno favorito la situazione.

Haiti è uno dei Paesi più poveri al mondo. Negli ultimi anni la perdurante crisi economica, politica e sociale ha aggravato una situazione già molto precaria.

Il Clairin, Klaren in creolo o Tafia o Guilave, è ricavato da canna da zucchero coltivata con metodi naturali e lavorata in maniera artigianale

L'arretratezza del Paese ha portato a mantenere vivi gli antichi metodi produttivi e di coltivazione della canna da zucchero e proprio questa tradizione, risalente alla fine del 1700, si è trasformata in un punto di forza: il Rhum haitiano è, infatti, la frontiera più sincera e naturale di un prodotto che, in altri casi, si è via via industrializzato e divenuto sempre più commerciale, tanto che è ormai difficile trovare distillati prodotti tradizionalmente. È, del resto, la legge dei grandi numeri: sarà sempre più difficile proteggere questo tipo di produzioni da un'industrializzazione che non potrà che frantumare quell'autenticità così unica e legata a un territorio.

UN CARATTERE VARIABILE E UN GUSTO UNICO

Il **Clairin**, **Klaren** in creolo o **Tafia** o **Guilave**, è un Rhum, di metodo francese, tendenzialmente bianco, ricavato da canna da zucchero autoctona, coltivata con metodi naturali e lavorata in maniera del tutto artigianale. Ad Haiti sono attive circa 532 microdistillerie, mentre nel resto dei Caraibi solo 42. Si tratta, perlopiù, di baracche all'interno delle piantagioni di canna, dotate di piccoli alambicchi pot still a quattro, cinque piatti, alimentati a fuoco diretto. La canna da zucchero viene coltivata in maniera naturale, senza additivi chimici, raccolta a mano e trasportata alla distilleria su carri trainati da muli. La pressatura della canna avviene per mezzo di piccoli mulini e la fermentazione viene attivata attraverso lieviti naturali, anche in questo caso senza apporto chimico. La biodiversità della canna da zucchero e i differenti metodi di produzione artigianali danno vita a un prodotto estremamente duttile, con risultati che stupiscono in fatto di gusto e diversità, in particolare per un'incredibile aromaticità e pienezza, una sinfonia crescente di note



CLAIRIN CASIMIR

Flaubert Casimir produce questo meraviglioso **Clairin** a Barraderès partendo da canna da zucchero di tipologia Hawaii. Il succo di canna puro viene poi fatto fermentare in tini di legno con l'aggiunta di erbe locali, fra cui la citronella. È un Rhum ricco e pieno, minerale, con sentori di frutta bianca, note floreali e speziate.

LE ROCHER

Prodotto nel distretto di Saint Raphaël a Nord di Haiti, **Le Rocher** si presenta come un Rhum unico e inimitabile, prodotto da sciroppo di canna da zucchero ottenuto per ebollizione da tre tipologie differenti di canna. La fermentazione avviene in tini aperti di legno. Il risultato di tale processo produttivo è letteralmente eccezionale e unico. L'aromaticità di questo Rhum non può che stupire.





di gusto, capace di una delicatezza incredibile nonostante il grado pieno. La scoperta di questo Rhum dal carattere variabile e dal gusto unico si deve a **Luca Gargano**, uno dei massimi esperti di Rhum al mondo. È nel 2012 che Gargano intuisce le potenzialità del Clairin, comprendendo l'unicità di un Rhum eccezionale, così indissolubilmente legato a metodi di produzione tradizionali e al suo territorio. Al fine di preservarne l'autenticità, Gargano, con la sua **Velier**, impone regole ferree per i prodotti che importa da Haiti: le varietà di canna da zucchero devono essere autoctone, la coltivazione deve essere fatta con tecniche tradizionali, i lieviti utilizzati devono essere del tutto naturali e il prodotto dev'essere imbottigliato al grado di uscita dall'alambicco. Il Rhum di Haiti è lo spirito stesso di una cultura, di un popolo e di un territorio. Nessun Rhum al mondo possiede un'analogia autentica. III



VAVAL

Prodotto a Cavailion a Sud di Haiti, **Vaval** si presenta come un Rhum complesso e raffinato. Realizzato da puro succo di canna da zucchero **Madame Meuze**, è deciso, con note di vaniglia e frutta secca e cioccolato fondente. Un tripudio di note di sapore che si aprono nel tempo. Lunghissimo e capace di stregare.



COCKTAIL

UNA CARTOLINA DA CUBA

Coppa ghiacciata, liquido freddo. Dissetante e armonico nella sua piacevole asprezza, il Daiquiri è un drink simbolo del sole di Cuba e della sua storia, ricca di intrecci di guerra e spionaggio.

di **Jacopo Lancerin***



I numerosi cocktail della miscelazione cubana rappresentano tutte le culture che nei secoli hanno influenzato la società dell'isola caraibica, presa d'assalto dai coloni d'oltreoceano per sfruttarne le risorse.

La miscelazione cubana non ha seguito un'evoluzione lineare, ma è stata definita da stili e tradizioni differenti, spesso distanti tra loro, e dal rapporto contraddittorio tra la popolazione e il distillato nazionale, il **Rum**. Le politiche coloniali, infatti, non valorizzarono particolarmente questo distillato. A Cuba si produceva principalmente l'**Aguardiente**, un distillato di canna da zucchero non affinato e non invecchiato, destinato alla popolazione più povera e agli schiavi, mentre il Rum era una bevanda per i più ricchi. Non è un caso, quindi, che le bevande popolari come **Cuba Libre** e **Canchanchara** siano nate con Aguardiente. Ad ogni modo, anche se la tradizione del distillato di canna da zucchero, di cui Cuba era la più grande produttrice al mondo, non è mai stata abbandonata, con l'arrivo degli americani l'isola si contamina di numerosi altri prodotti alcolici provenienti da tutto il mondo. In particolare, durante il proibizionismo, i **Rumrunners**, complici gli esponenti della mafia italiana ed ebraica, inondano Cuba di prodotti europei. Sono gli anni del massimo splendore della miscelazione cubana: cresce l'uti-

La miscelazione cubana è stata definita da stili e tradizioni differenti, spesso distanti tra loro. Il Rum è il distillato nazionale, che con la popolazione locale ha da sempre un rapporto contraddittorio: storicamente è stato definito come la bevanda dei ricchi.

TRE RICETTE CLASSICHE

Daiquiri

- 60 ml Ron Cubano
- 20 ml succo di lime spremuto fresco
- 2 barspoon zucchero semolato

Versare nello shaker zucchero e lime e sciogliere lo zucchero. Aggiungere il **Ron** e shakerare. Versare in una coppetta raffreddata.

Floridita Daiquiri

- 12 parti di Ron Cubano
- 3 parti di lime spremuto fresco
- 1 parte di liquore al maraschino
- 1 teaspoon di zucchero granulato

Aggiungere tutti gli ingredienti nel frullatore con il ghiaccio e frullare. Il **Floridita Daiquiri**, mescolato in uno shaker elettrico con ghiaccio tritato e servito frappé, è probabilmente la bevanda che ha portato i più ad associare il **Daiquiri** all'idea di un cocktail ghiacciato.

Hemingway Special (Papa Doble)

- 12 parti di Ron Cubano
- 3 parti di succo di pompelmo fresco
- 2 parti di liquore al maraschino
- 1 parte di succo di lime fresco

Shakerare gli ingredienti con una combinazione di ghiaccio tritato e cubetti di ghiaccio e versare in una coppa raffreddata.

lizzo del **Ron** autentico cubano, arriva un'ondata di turismo americano, attirato proprio da questo prodotto, e nascono le prime *cantinas*. E per la prima volta il Ron viene utilizzato per la miscelazione di cocktail, grazie ai **Cantineros**, i grandi interpreti della miscelazione cubana.

LE ORIGINI DEL CELEBRE COCKTAIL

Uno dei simboli della miscelazione caraibica è il **Daiquiri**. A detta di alcuni si tratta dell'evoluzione della Canchanchara, ma dobbiamo ricordare che il drink preferito di **J.F. Kennedy** ed **Ernest Hemingway** è un cocktail inventato dagli americani per gli americani. Sulle sue origini, le storie sono diverse. Una è ambientata nella miniera di ferro che si trova vicino al villaggio di Daiquiri, a Cuba. La leggenda racconta che tra il 1896 e il 1905, **Jennings Cox**, manager della **Spanish American Iron Company**, accoglie l'ingegnere **Francesco Pagliuchi**, in visita alla miniera, con un drink realizzato con gli ingredienti a disposizione: Rum bianco, qualche lime, zucchero bianco di canna e ghiaccio. L'ingegner Pagliuchi, colpito dalla bontà del drink, propone di chiamarlo con il nome **Rum sour**. Ma per un cocktail così buono il nome appare troppo banale: meglio chiamarlo come il villaggio in cui è stato realizzato, Daiquiri, e dove, con tutta probabilità, secondo lo stesso Cox, qualche indigeno aveva già sperimentato "*un intruglio simile*". Altri sostengono che il Daiquiri nasca nel 1898, dall'intuizione di un marine americano so-

IL DAIQUIRI MODERNO

Pur essendo composto da soli tre ingredienti, il **Daiquiri** è uno dei drink più difficili da fare per un barman, perché nella sua realizzazione la parte fondamentale è il bilanciamento degli ingredienti, soprattutto per quanto riguarda le parti di lime e **Ron**, un distillato dall'aroma abbastanza delicato. Ecco l'esempio di una ricetta ben bilanciata.

LA RICETTA

- 60 ml Havana 3
- 30 ml succo di lime appena spremuto e filtrato
- 2 spoon di zucchero semolato
- 5 ml di sciroppo di zucchero 2:1

Unire in uno shaker il succo di lime e lo zucchero nelle due consistenze e sciogliere. Aggiungere **Havana 3** (pur essendo un distillato leggero, Havana 3 è lavorato con frutta o con altro distillato per rendere i drink più piacevoli per un palato neofita), shakerare con ghiaccio a cubi, versare nella coppetta. Consiglio di filtrare il lime: se non lo si filtra il retrogusto è più amaro.

pravvissuto all'affondamento della nave Maine, nel porto dell'Avana, che, una volta sbarcato a Daiquiri, entra in un bar e chiede di allungare del Rum, normalmente servito liscio, con succo di lime e zucchero. Di certo, già nel XIX secolo i marinai erano soliti bere miscele simili al Daiquiri come il **Grog**, fatto di rum, acqua, lime e zucchero.

È comunque il rapporto tra Cuba e Stati Uniti a permeare la storia del Daiquiri, con l'isola caraibica che in poco tempo diventa il bar degli *Yankee*. Si dice anche che sui voli di linea **Pan Am**, una volta decollati, siano distribuiti i menù del **Floridita** e della **Bodeguita del Medio**, due bar leggendari dell'Avana che continueranno a essere frequentati da persone importanti anche dopo il proibizionismo. Il Daiquiri diventa un drink di tendenza, in particolare, al **Venus Hotel** di Santiago de Cuba, dove è particolarmente apprezzato dagli ingegneri minerari e dalle star di **Hollywood**, e in seguito fa la sua apparizione al **Plaza Hotel** dell'Avana, grazie al famoso barman **Emilio "Marangato" Gonzàlez**. Con **Constantino Ribalaigua Vert**, invece, del **La Florida**, nascono i "figli" del Daiquiri: l'**Hemingway Special** e il **Floridita Daiquiri**. III

* Brand Ambassador Gin 400 Conigli e bartender



I TWIST Bananito

- 50 ml Havana 3 alle bucce di banana
- 25 ml Kombucha di Banana
- 25 ml Honey Mix alla Vaniglia

Usare la tecnica **Shake & Double Strain**, versare in coppetta e guarnire con cialda di banana con Ganache di cioccolato bianco. Per l'**Havana 3** alle bucce di banana: mettere sottovuoto 700 ml di Havana 3 con 350g di bucce di banane mature private della fibra. CBT 3 h a 35 °C.

Caribbean Daiquiri

- 60 ml Havana 3 all'ananas latte-fermentato
- 30 ml succo di lime appena spremuto e filtrato
- 10 ml sciroppo di zucchero 2:1

Usare la tecnica **Shake & Double Strain** e versare in coppetta. Per l'Havana 3 all'ananas latte-fermentato: tagliare l'ananas a pezzettini dallo spessore di 1/1,5 cm e metterli in un sacchetto sottovuoto. Aggiungere il 2% di sale sul peso dell'ananas e lasciar fermentare. Una volta fermentato, estrarre e filtrare. Unire la stessa quantità di estratto di ananas latte-fermentato e di Havana 3 e bilanciare con lo zucchero.

PeAr Daiquiri

- 40 ml Havana 3
- 20 ml Gallicus Calvados e Limoncello
- 30 ml succo di lime appena spremuto e filtrato
- 10 ml sciroppo di zucchero 2:1

Usare la tecnica **Shake & Double Strain** e versare in coppetta.



CLASSIC COCKTAIL

ZOMBIE E MAI TAI

Insieme ai loro creatori, Donn Beachcomber e Trader Vic, lo Zombie e il Mai Tai sono i drink che hanno fatto la storia del Tiki, una miscelazione che ha al suo interno molti stili differenti, a seconda delle interpretazioni dei singoli bartender e del periodo storico di riferimento.

di **Jacopo Lancerin***

ZOMBIE

Lo **Zombie**, creato nel 1934, è uno dei drink più famosi di Donn Beachcomber. *“Se non potete arrivare al paradiso, lo porterò io da voi!”*, diceva Donn, la cui fortuna è legata al successo del suo primo bar, il Don’s Beachcomber di Hollywood. Nel locale si gustano sapori completamente nuovi per l’epoca, frutto di studi sulle tecniche e di una grandissima conoscenza del Rum, il distillato che ha per-

messo di innovare la storia della miscelazione. I cocktail di **Donn** sono esclusivamente a base Rum, ma prevedono anche l’inserimento di altri ingredienti, che hanno comunque la funzione di esprimere al massimo lo stesso Rum. Quelli di Donn sono gli unici drink puramente esotici, al Rum, di grande difficoltà di preparazione, grande complessità di aromi e dalla tecnica ineguagliabile. La storia racconta che Donn abbia creato lo **Zombie** per un cliente

che da lì a poco avrebbe dovuto affrontare un lungo viaggio in aereo e che, preso dalla paura di volare, aveva chiesto una "spintarella alcolica" per affrontarlo. Ecco il perché dell'espressione "**Zombie is not a lemonade**": essendo un drink con un elevato contenuto alcolico, se ne raccomandavano non più di due a persona.

MAI TAI

Il **Mai Tai** è il drink messo a punto da **Trader Vic**, soprannome di **Victor Jules Bergeron Jr**, figlio di negozianti che a Oakland apre, nel 1934, l'**Hinky Dink's**, un pub molto apprezzato, che farà da base al suo business. Durante una gita a Hollywood, Victor entra nel **Don the Beachcomber** e capisce che lo stile polinesiano può essere la chiave per il suo successo. Rivoluziona il suo locale e ha l'intuizione vincente di associarsi alle grandi catene alberghiere, **Western** e **Hilton**, dando vita ai locali **Trader's Vic**. Tornando al Mai Tai, va detto che la primogenitura di questo cocktail è da attribuire a Don The Beachcomber, che ne aveva già elaborato una ricetta, ma è senza dubbio Trader Vic il creatore del Mai Tai che beviamo tutt'ora. Nel 1953, quando la **Matson Lines**, compagnia di navigazione turistica, commissiona una drink list da inserire nel menù degli alberghi dove alloggiavano i passeggeri amanti delle atmosfere esotiche inventate negli anni Trenta da Donn, Vic inserisce in lista il Mai Tai. A differenza dei drink di Donn, il Mai Tai tutt'ora è un classico perché è facile da replicare e, ovviamente, buono. III

* Brand Ambassador Gin 400 Conigli e bartender

LE RICETTE

Zombie

- 45 ml Ron Cubano
- 45 ml Rum Jamaicano
- 30 ml Rum Overproof (75% vol)
- 15 ml Don's Mix (1 parte di sciroppo di cannella miscelato con 2 parti di succo di pompelmo giallo)
- 15 ml Falernum
- 20 ml succo di lime
- 1 bar spoon Granatina
- 1 dash Angostura
- 2/3 gocce Pernod

Mettere gli ingredienti in un Milk-shake mixer, frullare per alcuni secondi con 150/170g di ghiaccio a neve. Versare in un tumbler alto con rametto di menta e cannuccia (si formerà un leggero strato di ghiaccio in superficie).

Mai Tai

- 60 ml J.Wray and Nephew 17
- 15 ml French Garnier Orgeat
- 15 ml Holland DeKuyper Orange Curacao
- 7,5 ml Rock Candy Syrup
- 30 ml succo di lime

Mettere gli ingredienti in uno shaker. Shakerare e filtrare in un bicchiere. Decorare con menta fresca.

LA PRIMA RIVISITAZIONE DEL MAI TAI

Negli anni Cinquanta le forniture di J.Wray and Nephew 17 cominciano a scarseggiare. Dopo aver optato per l'altrettanto poco disponibile J.Wray and Nephew 15, Vic decide di tagliare quest'ultimo con la stessa quantità di un altro Rum Jamaicano e ne nasce questa ricetta:

- 30 ml J.Wray and Nephew 15
- 30 ml Coruba or Red Heart Jamaican Rum
- 15 ml Trader Vic Formula Orgeat (orzata marchiata Trader Vic)
- 15 ml Holland DeKuyper Orange Curacao
- 7,5 ml Rock Candy Syrup
- 30 ml succo di lime fresco

Mettere gli ingredienti in uno shaker. Shakerare e filtrare in un bicchiere. Decorare con menta fresca.





PREPARAZIONE

QUANDO IL PRE-BATCH È UNA BUONA IDEA

Durante le creazioni in laboratorio potrebbero presentarsi diverse problematiche e i cocktail pre-batch possono rappresentare una buona soluzione.

di Luca Redolfini *

“**U**n contenuto senza metodo porta al fanatismo; un metodo senza contenuto fa disquisire a vuoto; una materia senza forma porta a un sapere ponderoso; una forma senza materia a un vuoto vaneggiante”.

Queste parole di Johann Wolfgang von Goethe sintetizzano ciò di cui parleremo in questo articolo: daremo il nostro punto di vista sul concetto di **pre-mix** e **pre-batch** e prenderemo come esempio lo sviluppo e l'evoluzione di un nostro signature cocktail, il **Basil Batch**.

DEFINIAMO I CONCETTI

Per **pre-mix** intendiamo una soluzione all'interno della quale sono presenti un solvente e almeno un soluto. Il solvente è la sostanza maggiormente presente all'interno della nostra soluzione, i soluti, va da sé, sono presenti in quantità inferiori. Per capirci, se prepariamo uno sciroppo di zucchero, l'acqua sarà il nostro solvente mentre lo zucchero sarà il nostro soluto. Proprio lo sciroppo di zucchero è la soluzione che meglio ci fa capire il concetto di **pre-mix**, ossia una soluzione pronta all'uso, che però necessita di altri ingredienti che concorrono alla costruzione del nostro drink finale. Con **pre-batch**, invece, si intende una soluzione composta da solvente e soluti pronta alla preparazione del drink finale, in cui andremo solamente ad aggiungere acqua. Se al nostro **pre-mix** di acqua e zucchero andiamo ad aggiungere una soluzione citrica (es. succo di limone) e uno spirito abbiamo creato il nostro sour drink in **pre-batch**. A questo punto non ci resta altro che versare la dose di servizio desiderata, realizzarlo e proporlo ai nostri ospiti.

PERCHÉ LA SCELTA DEL PRE-BATCH?

Ora che abbiamo ben chiara la differenza tra **pre-mix** e **pre-batch** dobbiamo chiederci perché stiamo intraprendendo questa strada per la realizzazione



dei nostri drink. Al **Choice Cocktail Bar** abbiamo scelto di servire alcuni dei nostri drink in **pre-batch** per far fronte a problematiche logistiche, di tempo di servizio, di mole di lavoro e, ultimo ma non meno importante, di standard qualitativi.

DAL GIN PESTO AL BASIL BATCH

Nel nostro menù c'era un classico della miscelazione moderna, il **Gin Pesto (Gin Basil Smash)**, un drink creato da **Jorg Meyer** presso il “**Le Lion Bar de Paris**” ad Amburgo. Il cocktail prevede l'uso di gin, limone, sciroppo di zucchero e foglie di basilico fresco. Si pesta il basilico, si shakera il tutto e si serve “*on the rocks*”. In breve tempo il drink era diventato una delle scelte più gettonate della nostra drink list stagionale. Poi, qualcosa è cambiato.

Uno dei nostri habitués ci commissionò un servizio in catering nel quale avremmo dovuto somministrare un numero considerevole di questi drink. Decidemmo così di realizzare il drink in **pre-batch** per ovviare alla lavorazione del basilico fresco in shakerata e alla costruzione del cocktail con i singoli ingredienti. E proprio il basilico fu

Il basilico è l'ingrediente principe del **Gin Pesto**, un drink creato da **Jorg Meyer** presso il “**Le Lion Bar de Paris**” di Amburgo nel 2008.



Servire drink in pre-batch è una soluzione per far fronte a problematiche che si possono incontrare nella logistica, nel tempo di servizio, nella gestione della mole di lavoro e nel mantenimento di standard qualitativi.

l'ingrediente che più ci diede da fare: provammo un'infusione idroalcolica sempre con foglie fresche, con sciroppo di limone e basilico fresco, ma il risultato non era soddisfacente. Scegliemmo allora di fare un'infusione alcolica di foglie di basilico essiccate, da unire poi a sciroppo di zucchero e succo di limone fresco. Una volta trovata la nostra ricetta, con un **Sous Vide** di foglie di basilico fresco essiccate "gentilmente", una ad una senza raspi, unimmo il solvente con i soluti, sciroppo

« Comprendete la materia, fate prove e riprove seguendo il vostro metodo per ottenere il contenuto che cercate. Non perdetevi la visualizzazione della forma finale del vostro drink e controllate sempre i parametri di sicurezza alimentare. Siate cinici e spietati con voi stessi. »

po di zucchero e succo di limone fresco, il giorno stesso dell'evento. Il risultato fu ottimo e molto apprezzato dagli ospiti. Terminato l'evento, rimasero alcune bottiglie di pre-batch che decidemmo di servire il giorno successivo al locale. Al prep-check prima dell'apertura il preparato risultava già ben flocculato e al gusto gli ingredienti erano nettamente più piatti, meno distinti tra loro: non poteva essere quella la strada definitiva. Il problema principale era sicuramente dettato dal succo di limone fresco. Inoltre, l'infusione alcolica necessitava di un filtraggio più accurato. Infine, restava il problema del gusto. Risolvemmo i problemi elencati sopra giocando con gli elementi e i loro sapori. Inserimmo le scorze di limone nella soluzione alcolica, una soluzione acida che permette di eliminare completamente qualsiasi tipo di flocculazione mantenendo inalterata la percezione citrica del nostro drink, e sciroppo di zucchero semplice. Era nato il Basil Batch.

LA PREPARAZIONE

In un sacchetto per cottura **Sous Vide** inseriamo 10g di foglie di basilico essiccato. Laviamo e scorziamo i limoni, eliminando l'albedo. Pesiamo 20g/l di scorza, la tagliamo alla julienne e la aggiungiamo al basilico; versiamo quindi 1l del nostro più amato gin, mettiamo sottovuoto, impostiamo il nostro bagno termo controllato a 62°C e cuociamo per 2 ore. Una volta terminata l'infusione, raffreddiamo il più velocemente possibile; eseguiamo un primo

passaggio filtrante con colino a maglie strette e un secondo filtraggio con filtro di carta. Verifichiamo il risultato e, se necessario, ripetiamo il filtraggio con filtro di carta. Prepariamo la nostra soluzione acida considerando che un limone, mediamente, presenta un'acidità totale pari a 55g/l di acidi disciolti, composti da circa un 90% di acido citrico, 5% acido malico, 5% acido ascorbico. Versiamo quindi 1l di acqua in una caraffa, aggiungiamo 50g di acido citrico, 2,5g di acido malico e 2,5g di acido ascorbico. Quest'ultimo ci aiuterà anche a rallentare l'imbrunimento dovuto all'ossidazione.

Per quanto riguarda il simple syrup, è sufficiente unire 1.650g di zucchero per ogni litro di acqua e mescolare fino al completo scioglimento dello zucchero con due accorgimenti: non utilizzare acqua del rubinetto e, se avete uno strumento di misura, controllate sempre di essere attorno ai 62° Brix. Una volta ottenuti solvente e soluti, non ci resta che "batchare" il tutto secondo la ricetta. Imbottigliamo, etichettiamo e stocchiamo in frigorifero. È importante aggiornare il manuale di autocontrollo a ogni nuova preparazione.

MATERIA, CONTENUTO, FORMA E METODO

La nostra esperienza è utile per evidenziare un concetto fondamentale: se uniamo un solvente che chiameremo A e i due nostri soluti che chiameremo B e C il risultato non sarà A+B+C, ma sarà una nuova soluzione D. Una volta uniti gli ingredienti entreranno in gioco, infatti, svariati fattori chimici che altereranno il gusto del prodotto fino a quando la soluzione sarà stabile. Solo a questo punto possiamo avere un responso veritiero del nostro operato sul quale basare eventuali variazioni alle ricette. Altrettanto fondamentali sono i concetti chiave già citati. Innanzitutto, dobbiamo avere ben chiara la forma che vogliamo dare al drink: bicchiere di servizio, temperature, aspetti visivi e aspetti olfattivi. Secondariamente, è importante conoscere la materia, in-



tesa come elementi, capire come questi si comportano a seconda di come li manipoliamo, per poter ottenere il contenuto, nel senso di gusto, che stiamo cercando. Infine, è una questione di metodo: si dice che esista un numero di metodi scientifici pari al numero degli scienziati esistenti. Trovate il vostro, seguitelo in modo ripetitivo, quasi ossessivo, e il gioco è fatto. ■

* Choice Cocktail Bar, Parma

Il Basil Batch del Choice Cocktail Bar di Parma si prepara con: 55ml Gin infuso al basilico e limone; 30ml di soluzione acida; 15ml di simple syrup.



L'Ecotote, tramite il dosatore elettronico Smart Pourer, diventa una micro unit di refill per colmare le singole bottiglie di vetro in uso nella propria attività



GLI SPIRITS SPOSANO LA SOSTENIBILITÀ

Velier, società indipendente attiva nella distribuzione di liquori e distillati, lancia Ecospirits Italia, una new company che punta a rivoluzionare la catena distributiva degli spirits.

di Giorgia Andrei

Per i pochi che non la conoscessero, Velier è un'azienda familiare genovese nata nel 1947, che si occupa di importazione e distribuzione di distillati, liquori e vini.

I Rum Caroni, Bally, Clairin, Neisson, Hampden, i Whisky Macallan, Glenfiddich, Balvenie, Nikka, Buffalo Trace, il Gin Hendrick's, le Vodke Stolichnaya e Moskovskaya, lo Champagne Billecart e il liquore Chartreuse

sono alcuni dei 200 marchi rappresentati dalla società di Luca Gargano, che ha recentemente annunciato una novità: il lancio, in Italia, di Ecospirits, un sistema di distribuzione che sfrutta la tecnologia con l'obiettivo di eliminare l'uso del vetro a perdere per gli spirits. Ecospirits è una società nata a Singapore nel 2018 che, grazie a una serie di brevetti esclusivi, ha modellato un sistema di distribuzione circolare ora in via di espansione nei mercati di tutto

il mondo. Il suo fondatore e Ceo, **Paul Gabie**, è a capo anche di **Proof & Company**, uno dei principali distributori indipendenti di alcolici nel Sudest asiatico. Dalla partnership tra **Ecospirits Global** e **Velier** è quindi nata **Ecospirits Italia**, new company che si propone di portare questa rivoluzione sostenibile anche nel mercato nazionale. L'obiettivo è una drastica riduzione delle emissioni di gas serra e dei rifiuti. In due parole: economia circolare. Come dice Gargano: *"Velier ha recepito con entusiasmo e spirito pionieristico il messaggio contenuto nella mission di Ecospirits, in nome dell'innovazione e della salvaguardia dell'ambiente"*. Ogni anno sono 40 miliardi le bottiglie di vetro prodotte per contenere spirits.

CHE COS'È ECOSPIRITS?

L'essenza di Ecospirits sono gli **Ecotote** e gli **Ecoplant**. Gli Ecotote sono recipienti riutilizzabili in plastica stampata a iniezione, alluminio e vetro, che consentono di ridurre la quantità di tradizionali bottiglie a uso singolo nei locali, con conseguente eliminazione di tappi, etichette, cartoni e imballi in plastica. Ogni Ecotote ha una capacità di 4,5 l, viene sanificato e riempito da Ecospirits direttamente in appositi impianti semiautomatizzati, gli **Ecoplant**, appunto. L'Ecotote, tramite il dosatore elettronico **Smart Pourer**, diventa una micro unit di refill per colmare le singole bottiglie di vetro in uso nella propria attività. Il cocktail è quindi sempre servito dalla bottiglia, si mantengono intatte l'eleganza del pouring e l'identità dei brand, ma con un'attenzione maggiore alla sostenibilità.

La piattaforma Ecospirits è aperta e rappresenta un esempio di come la tecnologia possa convivere armoniosamente con l'artigianalità: l'investimento per l'accesso a questo ecosistema è alla portata anche dei produttori più piccoli. È stato stimato che il sistema Ecospirits permetterà di ridurre fino al 90% il *carbon footprint* legato al packaging e alla distribuzione. L'impatto sulla logistica sarà enorme e consentirà di ridurre la produzione e movimentazione di bottiglie di vetro attraverso l'intera catena, dalle distillerie ai bar e agli impianti di smaltimento. In estate il progetto è partito grazie a una ventina di clienti pionieri accuratamente selezionati.



Tra i pionieri selezionati da **Velier** per avviare il progetto **Ecospirits** c'è anche **L'Antiquario** di Napoli



Luca Gargano, presidente di **Velier**



L'AMERICA NON È LONTANA

È nota per essere la produttrice del “liquore italiano più bevuto al mondo”, ma Illva Saronno è molto di più: è un nome di riferimento nel mondo degli alcolici, che ha recentemente confermato la propria vocazione internazionale con l’acquisizione delle quote di maggioranza del brand Sagamore Spirit e della sua distilleria di Baltimora, negli Stati Uniti.

di Carolina Mirò

Illva Saronno Holding è una multinazionale italiana di proprietà della famiglia Reina, che deve la sua fama in particolare a Disaronno, “il liquore italiano più bevuto nel mondo”, distribuito in oltre 160 Paesi e con cinque secoli di storia alle spalle.

La leggenda narra, infatti, che nel 1500 il pittore **Bernardino Luini**, per dipingere la Madonna dei Miracoli del Santuario di Saronno, scelse come modella una bella locandiera del luogo e che quest'ultima volle ringraziarlo donandogli un boccale pieno di un liquore ambrato, fragrante e delicato. Nel 1600 **Giovanni Reina** ne riscoprì la ricetta, che sarebbe poi stata tramandata di generazione in generazione fino agli inizi del Novecento, quando **Domenico Reina** aprì un negozio-laboratorio nel centro della cittadina lombarda: la **Domenico Reina Coloniali**. Da quest'attività artigianale sarebbe poi nata, nel 1947, **Illva Saronno**, dove Illva sta per **Industria Lombarda Liquori Vini & Affini**.

NON SOLO DISARONNO

Il Gruppo è però anche la “casa” di altri prodotti noti, come **Tia Maria**, **Rabarbaro Zucca**, **Rump@blic**, **Artic Vodka**, **Isolabella Sambuca** e **Aurum**, e di **Royal Oak**, distilleria che produce e commercializza il **The Busker Irish Whiskey**. Ed è proprio nel mondo Whisky che l'azienda lombarda ha recentemente ampliato la propria presenza: è di settembre la notizia dell'acquisizione della quota di maggioranza di **Sagamore Spirit** e della sua distilleria di Baltimora, nel Maryland (Usa). Il brand Sagamore Spirits Rye Whiskey Americano entra così nella famiglia Illva Saronno e la società, già presente negli Usa con **Disaronno International**, trasferisce la sede nordamericana nella penisola di Baltimora. “Siamo entusiasti di annunciare questa acquisizione, che supporta la nostra strategia volta ad acquisire marchi ad alto potenziale di crescita e, in questo caso, ad ampliare anche la nostra offerta nel segmento del Whiskey americano premium”, ha affermato **Aldino Marzorati**, Ceo di **Illva Saronno Holding**. “Da sempre presidiamo il mercato statunitense e questa operazione ci permette di rafforzare il nostro portafoglio con un'azienda e dei prodotti in cui crediamo pienamente. Inoltre, l'operazione dimostra la volontà, in linea con la nostra strategia, di continuare la crescita come leader globale nel settore degli spirits”.



Sagamore Spirit Distillery, Baltimora, Maryland (Usa)



Aldino Marzorati, Ceo di Illva Saronno Holding

CHI È SAGAMORE SPIRIT

Sagamore Spirit è una società di **Sagamore Ventures**, la società di investimento privata di **Kevin Plank**, proprietaria anche del brand di abbigliamento **Under Armour**. Nato nel 2013, il marchio di **Rye Whisky** americano ha vinto più di 200 premi a livello internazionale, tra cui quello di “**Miglior rye whisky al mondo**” nel 2019 al **San Francisco World Spirits Competition**. L'azienda è ben radicata nel territorio del Maryland grazie a strette collaborazioni locali per l'approvvigionamento di grano e acqua, i processi di distillazione e di invecchiamento.



Il team di BlueBlazer: Giovanna Di Lisciandro, Massimo Gaetano Macrì, Giampiero Francesca, Ascanio Bastianelli, Federica Corona, Andrea Di Lorenzo

ECCO I MIGLIORI COCKTAIL BAR D'ITALIA

Per orientarsi nel variegato mondo del “bere bene” italiano si può consultare la Guida ai migliori cocktail bar d'Italia realizzata da Blueblazer e giunta alla sesta edizione. Una selezione di oltre trecento locali divisi in quattro categorie: cocktail bar, bistrot-restaurant, hotel bar e speakeasy.

di **Giorgia Andrei**

“NON scegliamo mai un locale perché fa bene da bere. Non è quello che ci interessa per primo. Consideriamo soprattutto l’alto grado di accoglienza, ormai sempre più rara, che si traduce nella capacità di far star bene il cliente, consentendogli di vivere un’esperienza completa. Poi, ovviamente, viene anche il cocktail”.

Spiegano così i criteri che guidano le loro scelte **Giampiero Francesca** e **Massimo Gaetano Macrì**, giornalisti e autori di **BlueBlazer**, la prima guida ai migliori cocktail bar d’Italia, nata come app gratuita nel 2014.

Lo spunto da cui tutto è partito, dicono ancora gli autori, è stata *“l’idea di raccontare un momento di trasformazione del gusto e della qualità del bere in Italia”*. Negli ultimi anni, infatti, è cresciuta l’attenzione alla qualità, alle materie prime e alla riscoperta delle tradizioni, sulla scia di quanto accaduto con la cucina. L’edizione 2023 della guida contiene oltre 320 bar, selezionati da Francesca e Macrì con il supporto di un panel di esperti e giornalisti che, su base regionale, hanno preselezionato una lunga lista di locali. In quest’ultima edizione sono presenti tutte le regioni ed è stata prestata particolare attenzione alle realtà di provincia, tanto interessanti quanto, spesso, difficili da scoprire. Accanto alle grandi città come Roma e Milano, si possono così trovare locali interessanti anche in località con poche centinaia di abitanti in ogni angolo del Paese. *“La nostra filosofia è inclusiva, perché vogliamo aprire il mondo del bar a un pubblico quanto più vasto possibile”*, aggiunge Giampiero Francesca.

LA GUIDA

Disponibile all’indirizzo web **www.guida.blueblazer.it**, la pubblicazione contiene gli indirizzi, le informazioni e tutti gli aggiornamenti sui migliori cocktail bar d’Italia. La navigazione del menù è semplice e intuitiva: si può decidere di geolocalizzarsi e selezionare i locali che appariranno sulla cartina, oppure filtrare per le quattro categorie (cocktail bar, bistrot-restaurant, hotel bar e speakeasy). Cliccando sul nome del locale l’utente visualizza la relativa scheda con una breve descrizione di presentazione del bar, alcune informazioni sui cocktail consigliati e sul tipo

di miscelazione praticata, gli orari, i contatti e l’accesso diretto alle mappe per rintracciare la strada con il proprio navigatore.

“Le categorie sono uno strumento utile per consentire a chiunque, in base ai propri gusti e aspettative, di scegliere velocemente”, spiega Massimo Gaetano Macrì, capo-redattore di BlueBlazer e co-ideatore della Guida. *“Al di là del ‘cocktail bar’ propriamente detto, ‘bistrot-restaurant’ indica quei locali in cui oltre che bere si offre un’esperienza food frutto di una cucina, in molti casi anche degna di nota. Non potevano poi mancare gli hotel bar, di cui siamo grandi estimatori. Anzi, con il nostro lavoro, vorremmo far capire che le atmosfere eleganti e ovattate di questi locali potrebbero essere frequentate da tutti. In Italia c’è ancora molta diffidenza e sono ancora tanti a chiedersi se si possa entrare in un hotel solo per bere un drink, senza essere clienti”*. L’edizione 2023 della guida è stata realizzata anche in versione cartacea: la pubblicazione è stata prodotta in collaborazione con **Spirito Autoctono** e il **Touring Club Italia** e contiene una selezione dei 100 cocktail bar più rappresentativi del panorama italiano. III

GLI IDEATORI DI BLUEBLAZER

Giampiero Francesca è giornalista e autore; approda nel mondo del buon bere nel 2014, dopo una significativa esperienza come critico cinematografico e televisivo. Mettendo a frutto le proprie competenze, realizza format televisivi dedicati al settore ed è Ceo dell’agenzia di comunicazione e consulting **‘I maestri del cocktail’**.

Massimo Gaetano Macrì è bartender e giornalista e ha lavorato come autore per diversi programmi radio e TV. Si definisce ironicamente *“esigente bevitore al bancone e miscelatore ignorante”*.





SIATE CREATIVI, SIATE FOLLI!

La startup torinese The Spiritual Machine crea linee personalizzate di Gin, Vermouth, Bitter, Amari e New Spirits, sviluppando insieme ai clienti - professionisti, ma anche appassionati, della miscelazione - ricette uniche, realizzate a partire da botaniche 100% naturali.

di Carolina Mirò

Matteo Fornaca, Elisa Cravero e Matteo Dispenza sono i fondatori di The Spiritual Machine, una startup torinese che con ambizione e, perché no, un po' di sana follia, dal 2017 si propone "di trasformare il mondo degli spirits". Come? Contribuendo a creare un futuro nel quale ogni premium bar, ogni top restaurant, ogni luxury hotel avrà la propria linea di bevande alcoliche personalizzate. Alla base del business di questa realtà c'è, infatti, l'idea di permettere a tutti i professionisti e agli appassionati di Spirits e di mixology

di mettere in bottiglia la propria creatività in modo sicuro, economico e rapido. Il motore di The Spiritual Machine sono i "Botanici", una community nata grazie a un modello di crowdfunding pensato per raccogliere non solo capitali ma anche idee. Come spiega Matteo Fornaca: "Il nostro non è solo un processo di raccolta di capitali, ma di competenze, di attori di mercato, fornitori, professionisti, che possono essere per noi strategici. Miriamo a sviluppare il business unendo esperienze diverse e creando una cultura comune, che ci lega su un piano di idee e valori".

UN'ARTIGIANALITÀ APPREZZATA ANCHE ALL'ESTERO

The Spiritual Machine è passata dalla cinquemila bottiglie prodotte nel 2019 alle 80mila del 2022. Il target è arrivare a un milione entro il 2025 e a cinque milioni nel 2027. Le produzioni artigianali, del resto, crescono del 22,5% anno su anno, così come sta crescendo la domanda di formazione, informazione e artigianalità attorno al mondo della miscelazione. E i confini di questo mercato sono sempre più internazionali: l'azienda torinese si sta espandendo nel Golfo Persico, dove grazie a una partnership con la holding di investimenti **Alar International**, gli Spirits arriveranno in Emirati Arabi, Qatar, Maldive, Seychelles attraverso grandi catene alberghiere internazionali, e in America Latina. Oltre Atlantico il mercato è in grande accelerazione, c'è abbondanza di importanti materie prime e, dato non trascurabile, la popolazione è giovane e attenta a un consumo consapevole di alcol. E non dimentichiamo che in Sud America il made in Italy è da sempre associato al concetto di lusso e a quello di mangiare e bere bene.

RICETTE AD HOC

La startup ha dato vita a oltre 150 ricette proprietarie, a cui si sommano le oltre 200 create nel solo 2022. Il focus non è però solo sulla quantità: l'obiettivo è anche realizzare produzioni limitate (100 bottiglie), attraverso un lavoro di ricerca e sviluppo che ha il suo cuore nel **The Spiritual Machine Lab**, un laboratorio dove sviluppare le ricette dei prodotti finiti e dei singoli ingredienti. Dice ancora Matteo Fornaca: *“Si rivolgono a noi soggetti diversi, interessati a sviluppare nuove bevande alcoliche: aziende che vogliono completare il proprio catalogo di prodotti per la miscelazione, ma anche ristoranti, locali o imprenditori attivi in campi diversi che vogliono lanciare uno spirit con un proprio brand”*. Ma perché scegliere una realtà come TSM e non una distilleria? *“Le distillerie normalmente non lavorano per terzi e, soprattutto, la loro attività si esaurisce con la produzione del liquido. Non si occupano, come invece facciamo noi, della definizione del brand, del packaging, dei canali di marketing. Quello che fa la differenza, quindi, è anche la nostra convinzione che il prodotto*

finito da noi confezionato debba essere considerato un punto di partenza per il business del cliente che ce l'ha commissionato”.

IDEE CHE PRENDONO FORMA

TSM si avvale di una rete di fornitori a monte e a valle: per i liquidi, per il vetro, per le etichette. *“La nostra innovazione è nel processo, perché adottiamo un modello nel quale potenzialmente chiunque può essere il creatore di una nuova bevanda alcolica grazie agli strumenti che mettiamo a disposizione”*, conclude Fornaca. E i numeri stanno dando ragione a quest'idea innovativa, con clienti che, partiti da una produzione di 100 bottiglie, sono arrivati a 15mila. Sempre in tema di numeri, la tempistica media per la personalizzazione di una linea di 250 bottiglie è indicativamente di 90 giorni. Per chi volesse saperne di più, un'occasione per incontrare TSM è il Bar Convent di Berlino, dal 9 all'11 ottobre: l'azienda sarà presente allo stand 11.2A29. ■



Matteo Fornaca, fondatore della startup torinese **The Spiritual Machine**



ARRACK, DALLO SRI LANKA FRA ESOTICITÀ E COMPLESSITÀ

Poco conosciuto, ma capace di distinguersi in maniera unica nella miscelazione, Ceylon Arrack è un distillato che si ottiene dai fiori di palma da cocco. È un prodotto che funziona benissimo nell'esotico, in particolare nel Tiki, ma che dà risultati eccellenti anche nella miscelazione più classica. Sprigiona un aroma che richiama sentori di tabacco, chiodi di garofano e sandalo, in un sapore pieno e complesso, incredibilmente versatile.

di Luca Tesser

Parlamo di un distillato poco conosciuto, ma che, in miscelazione, ha la capacità di distinguersi in maniera assolutamente unica: è Ceylon Arrack, un prodotto che si ottiene distillando la linfa dei fiori di palma da cocco, tipica dello Sri Lanka.

Ceylon Arrack è tutt'altro che dolce e ha un'aromaticità unica. C'è chi afferma che sia simile a un Rum, ma in realtà è un prodotto con un carattere proprio, che non assomiglia a quello di nessun altro distillato. L'aroma che sprigiona richiama sentori di tabacco, chiodi di garofano e sandalo. Un sapore pieno e complesso, che riesce a stupire, e dall'incredibile versatilità.

COME USARLO

Come ogni prodotto complesso e unico, Ceylon Arrack richiede una certa sapienza nel suo utilizzo: è importante saperne gestire la forza e smussarne gli spigoli. Funziona benissimo nell'esotico, in particolare nel Tiki, ma può dare risultati eccellenti anche nella miscelazione più classica. A farmi innamorare di questo prodotto sono stati il suo calore e la sua sontuosa morbidezza. Fra i vari Arrack in commercio segnalò l'Old Reserve Arrack 42, macerato in botti di teak e Hamamilla fino a cinque anni. Sebbene se ne percepisca immediatamente l'anima esotica, al J. Roger ho scelto di utilizzarlo nella maniera più classica possibile. L'abbinamento di Arrack a drink a base di Whiskey, Vermouth o Sherry non è per nulla inconsueto e può dare risultati spettacolari. Una piccola parte di Arrack è in grado di impreziosire il drink, creando complessità ed eleganza con note esotiche e speziate.

IL MIO CONSIGLIO

Utilizzate questo prodotto in maniera delicata, senza mai esagerare. In miscelazione l'Arrack funziona perfettamente se sostenuto da sapori complementari, meno se lo si usa a contrasto. Ben venga l'abbinamento con Whiskey, Vermouth, Sherry, Scotch Whisky, Rum invecchiati e Cognac. Meno felice è a mio parere l'abbinamento con distillati come Gin e Tequila, specie se abbinati a parti acide.



LA RICETTA Orient Express

- Id Reserve Arrack 42 1 oz
- Boompjes Old Dutch Genever 1 oz
- Not Another Vermouth Rosso 1 oz
- Lustau Sherry Oloroso Almacenista ¼ oz
- 2 gocce di Bitter Truth Jerry Thomas Own Decanter

Miscelare il tutto in un mixing glass e servire in una coppetta Nick & Nora. Morbido, caldo e sontuoso, questo cocktail stupisce per ricchezza e complessità, seppur semplicissimo nella sua struttura e realizzazione.





UN RHUM PERFETTO PER LA MISCELAZIONE

Rhum dalla perfetta aromaticità ed eleganza, **Labat 59** è un Rhum agricole prodotto nell'isola di Maria Galante dalla piccola distilleria **Poisson**, la più antica distilleria della Martinica. Prende il nome da **Jean Baptiste Labat**, l'inventore del Rhum di metodo francese, il primo a portare alla fine del Seicento un alambicco in quella zona dei Caraibi. Il Labat 59 è l'espressione più sincera di Poisson e l'emblema stesso del Rhum agricole: carattere puro, perfetto nella miscelazione e per la preparazione di un perfetto **Ti' Punch**. **III**

CAPOLAVORO GIAMAICANO

Hampden è una delle distillerie più antiche al mondo, fondata nel 1753, e utilizza un metodo di produzione unico, che determina la qualità dei suoi prodotti. Hampden rappresenta, a pieno, la massima espressione del Rum giamaicano. Fino al 2019 la distilleria non realizzava imbottigliamenti propri e la scelta di fare uscire una propria etichetta ha semplicemente trasformato il concetto stesso di Rum giamaicano: qualità dell'acqua, fermentazione spontanea, processo di distillazione discontinuo double retort in rame e invecchiamento in loco, sono i suoi capisaldi. **Hampden Estate 8 y.o.** è uno splendido distillato, dai sentori unici, fruttati, intensi e dall'aromaticità sorprendente, nel quale non troviamo aggiunta di alcun colorante, niente zucchero e nessun additivo. Invecchiato otto anni in **Pot Still**, da fermentazione di lieviti indigeni, è semplicemente un capolavoro.



IL FALERNUM NELLA SUA RICETTA PIÙ CLASSICA

Nel **John D. Taylor's Velvet Falernum** la **Foursquare Distillery** riproduce fedelmente la ricetta di **John D. Taylor**, inventore di questo liquore creato alla fine del XIX secolo a Barbados. Il **Falernum** è composto da Rum, mandorla, chiodi di garofano, scorze di lime e zucchero ed è un prodotto essenziale per la miscelazione tiki e caraibica. Suntuoso e con un'aromaticità unica, che porta il Rum ad essere impreziosito dagli olii essenziali del lime e dal vellutato di mandorla e chiodi di garofano, questo imbottigliamento è la migliore espressione commerciale di un ingrediente essenziale per questo tipo di miscelazione, che si rende tuttavia piacevolmente utilizzabile anche nella mixology contemporanea. **III**



RON DOPPIAMENTE INVECCHIATO



Bodegas Williams & Humbert, che tanta parte ha avuto nella creazione della denominazione di origine Jerez, creano il **Dos Maderas 5 + 5**, un'ottima espressione del Ron nella sua interpretazione spagnola, in una veste innovativa. Il Ron prodotto fra Barbados e Guyana, prima di essere imbottigliato, segue un processo di doppio invecchiamento: 5 anni in clima caraibico e 5 anni a Jerez della Frontera. Il metodo **Solera**, seguito a Jerez, l'utilizzo di botti ex-sherry e l'arte e la competenza di **Williams & Humbert** danno vita a un Ron intenso e seducente, vellutato e intrigante. Per niente scontato e dal carattere unico.

IL MEDITERRANEO IN UN LIQUORE ARTIGIANALE

Plamb è un liquore eccezionale, ricavato dall'infusione di cinque agrumi - pompelmo, limone, arancia, mandarino e bergamotto - seguendo una ricetta segreta. Nasce da un processo di produzione interamente artigianale: le stesse scorze degli agrumi vengono tagliate a mano e messe in infusione in alcool di grano, per preservare al 100% il potere degli oli essenziali degli agrumi. Unico nel suo genere, questo prodotto, che proviene dalla Calabria, celebra la forza e la bellezza del territorio, i profumi e i sentori del Mediterraneo.



L'INTENSITÀ E LA MORBIDEZZA DEL PIMENTO

Alamea Pimento Rum Liqueur è un liquore ottenuto dalla macerazione del pimento, una spezia detta anche pepe garofanato o della Giamaica, dall'incredibile forza aromatica. Essenziale per la miscelazione tiki e caraibica, esalta pienamente l'intensità aromatica del Pimento e riesce a dare una morbidezza speziata sorprendente e vivace.

L'ECCELLENZA DALL'ISOLA DI GUADELOUPE

Dall'isola di Guadaloupe i Rhum della distilleria Damoiseau rappresentano l'eccellenza della produzione di Rhum nella declinazione francese. Fra i Rhum invecchiati il **VSOP** è un'esperienza di degustazione senza precedenti: il distillato viene invecchiato almeno quattro anni in botti di rovere ex-bourbon. Rotondo, con finale speziato, la frutta tropicale è persistente con note agrumate.





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



UN AMARO DALLE ERBE DEI BALCANI

Amaro Pelinkovac Knez è un amaro tipico della zona dei Balcani, frutto della meticolosa selezione e lavorazione di erbe aromatiche. L'Assenzio è dominante e capace di donargli un carattere unico. Fra le altre botaniche troviamo il rabarbaro, la cannella e i fiori di sambuco. Nell'amaro di Knez non viene utilizzato alcun tipo di colorante e il suo colore è chiaro, una caratteristica atipica rispetto agli altri Pelinkovac, tendenzialmente molto più scuri. Equilibrato e con sentori fortemente erbacei, che si sposano a pieno con note dolci e amare, è ottimo da gustare da solo, ma con interessanti possibilità di utilizzo nella miscelazione.

GIN SCOZZESE SUPER PREMIUM

Isle of Harris Gin è prodotto sull'isola di Harris in Scozia. È un Gin super premium, prodotto in alambicco di rame e composto da nove botaniche che richiamano gli ingredienti naturali dell'isola e del suo mare. Inconfondibile per sapidità e aroma, secchezza e gusto umami, questo Gin ha nell'alga Sugar Kelp il proprio ingrediente caratterizzante: si tratta di un'alga di profondità che viene raccolta da una squadra di sub vicino alle coste dell'isola. III



UN WHISKY DALL'INDIA TROPICALE

Il Whisky **Paul John Peated** è atipico, unico e inconfondibile: questo Whisky torbato nasce a Goa, nel cuore dell'India tropicale. L'orzo proviene dalle pendici dell'Himalaya e, più oleoso rispetto quello europeo, dà pienezza e rotondità; la torba viene invece acquistata in Scozia. Equilibrato, pieno, appagante, fumoso, il Paul John Peated è senza ombra di dubbio un Whisky di livello, che sposa le tecniche di produzione più avanzate con la tradizione.



IL FASCINO EVERGREEN DEL VINTAGE

Il termine **“Vintage”** deriva dal francese *“vendenge”*, che significa *“vendemmia”*. E il vino, si sa, invecchiando migliora. Ecco perché tutto ciò che può sembrarci *“di una volta”* non smette di piacere e perché anche per i locali lo stile vintage può essere un elemento di differenziazione e successo, con location e arredamenti a esso ispirati o con sapienti mix di modernariato, oggettistica e atmosfere che conducono a epoche passate. Hanno sempre il loro fascino, quindi, le atmosfere da salotto create con poltrone e divani attorno ai tavolini, i lunghi banconi in quarzo, i colori caldi, i pavimenti in marmo, le radio d'epoca, i giradischi, i jukebox, i flipper. Piacciono perché evocano un passato che tutti hanno, se non vissuto, sicuramente visto nelle vecchie foto di famiglia o conosciuto grazie al cinema e alla TV. Ma di che passato stiamo parlando? Gli organizzatori di **Next Vintage**, evento che da oltre vent'anni è ospitato dal Castello di Belgioioso (PV), ricordano che il vintage come lo intendiamo adesso è nato negli anni Novanta, ma che, almeno per quanto riguarda la moda, già negli anni Sessanta, con la cultura hippie, era esplosa la passione per gli abiti e gli accessori dei decenni precedenti,

a partire dal Secondo Dopoguerra. Sono tipicamente anni Cinquanta i divani e le poltrone dalle forme morbide e tondeggianti, in pelle o velluto: un classico è rappresentato dai divani **Chesterfield** in capitonné, ossia con un'imbottitura che originariamente - e qui parliamo dell'Ottocento - era costituita dal capiton, lo scarto della lavorazione della seta. Il vintage ispirato agli anni Sessanta e Settanta è un trionfo di colore: verde mela, rosso magenta, giallo limone.



to - era costituita dal capiton, lo scarto della lavorazione della seta. Il vintage ispirato agli anni Sessanta e Settanta è un trionfo di colore: verde mela, rosso magenta, giallo limone.



PER GLI AMANTI DEL MODERNARIATO

Forlì ospita dal 27 al 29 ottobre la manifestazione dal titolo **“Vintage! La moda che vive due volte”**, luogo ideale per gli appassionati di oggetti di design del periodo che va dagli anni Venti agli anni Ottanta del 1900.

L'evento ha uno spazio dedicato, in particolare, al modernariato: rientrano in questa categoria oggetti creati nel secondo dopoguerra che, introdotti nella produzione industriale, divennero poi di uso quotidiano.



RIPROPORRE IL PASSATO CON STILE

Il **vintage** non ha età e può essere la chiave del successo di un locale. Ma per concepire il proprio bar in perfetto stile vintage occorre riprodurre alla lettera l'atmosfera degli anni ai quali si vuole fare riferimento, prestando attenzione ai dettagli, senza cadere nel banale: non sarà sufficiente inserire qua e là complementi di design a effetto, ma si dovranno curare gli arredi, le attrezzature, le divise del personale. Tuttavia, si può anche optare per un vintage più eclettico, come suggeriscono gli esperti di **Frigomeccanica**, azienda abruzzese che produce arredamento per bar e pubblici esercizi: *"In un'impronta di questo tipo coesistono pezzi di periodi o provenienze differenti, uniti tra loro in modo da creare un tutto armonico. L'accostamento di stili diversi può risultare di grande effetto, sempre che si abbia un gusto raffinato"*. Quello che conta, in definitiva, è rendere il locale credibile e, per farlo, si possono inserire pezzi speciali come vecchi macchinari, reperibili da produttori che curano anche il mercato dell'usato e dei pezzi di ricambio originali. Va da sé che se si sceglie di dare al proprio locale una precisa collocazione storica, i menù, i prodotti e gli eventi di contorno, che si tratti di esposizioni o concerti, devono rispecchiarla nel modo più fedele possibile.



A RIMINI QUALCHE SPUNTO IN TEMA DI DESIGN

Dall'11 al 13 ottobre si tiene alla fiera di Rimini, nell'ambito della manifestazione **InOut**, il **SIA Hospitality Design**, un'occasione per scoprire le tendenze in tema di ospitalità e concept per l'accoglienza. La fiera è indirizzata essenzial-

mente al mondo del turismo e delle strutture recettive, ma può essere una buona occasione per trarre spunto da ambienti e arredi di tendenza che potrebbero essere riproposti in locali e bar.



IL BLENDER

Inventato nel Wisconsin nel 1922, il blender è uno strumento utile in molte preparazioni da bar, che si tratti di creare una purea di frutta o amalgamare un syrup. E nella miscelazione di cocktail tiki e caraibici, come il Floridita Daiquiri e la Piña Colada, è addirittura fondamentale.

di Luca Tesser

Uno strumento immancabile dietro il bancone del bar è il blender. Il frullatore è indispensabile, in particolare, quando si tratta di preparare cocktail caraibici o tiki.

Parliamo, ovviamente, di blender professionali, nei quali la potenza del motore, l'ango-

lazione delle lame, la possibilità di impostare determinati programmi e agire sulla velocità e sulla pulsione fanno la differenza rispetto a un frullatore casalingo, che non ha una potenza sufficiente per tritare il ghiaccio e nemmeno una velocità adeguata a montare a dovere un cocktail. Il **blender** ha la capacità di rendere perfetto un frozen, cocktail per

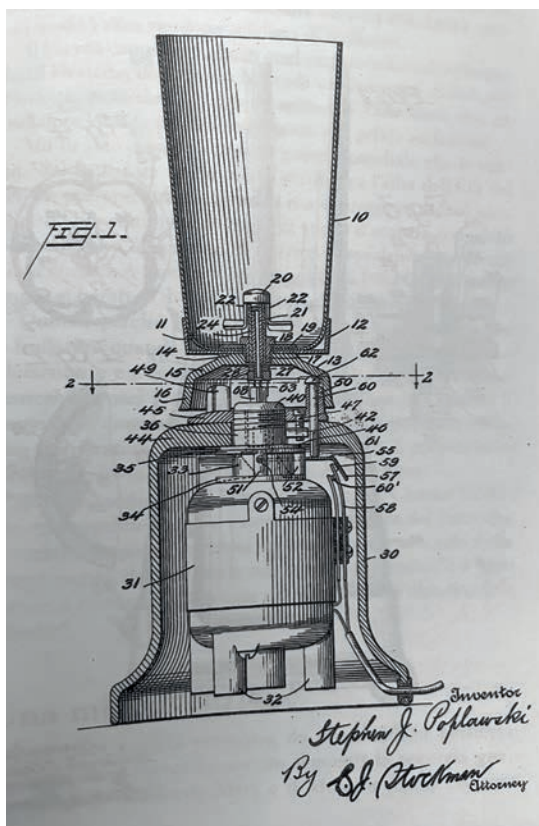
il quale la consistenza è un elemento determinante, ed è uno strumento fondamentale per molte preparazioni da bar, che si tratti di creare una purea di frutta o amalgamare perfettamente un syrup.

LE ORIGINI

Il blender fu inventato nel 1922 da **Stephen Poplawsky** nella città di Racine, nel Wisconsin. A Racine furono inventati anche l'aspirapolvere, l'asciugacapelli, il tosaerba e il rasoio elettrico. L'opera di Poplawsky non era, però, un gioiello della tecnica: spesso si guastava. Furono gli ingegneri **Chester Beach** e **Frederick Osius** a perfezionare la macchina e a fondare, insieme a **Luis Hemilton**, la **Hemilton Beach Company**. Nel 1938 Usius, dopo avere acquistato il brevetto di Poplawsky e avere eliminato i difetti che rendevano la macchina poco affidabile, registrò un nuovo brevetto. Di lì a poco, il nuovo oggetto avrebbe avuto grande diffusione grazie a una riuscita operazione di marketing: Hemilton, infatti, decise di utilizzare un personaggio famoso come testimonial del prodotto e reclutò allo scopo **Fred Waring**, leader della band da ballo "**Pennsylvanians**". Waring non solo ebbe un ruolo primario nella diffusione della nuova invenzione, ma, particolarmente attratto da questi "*prodigi della tecnologia*", credette al progetto e investì 25mila dollari nella Hemilton Beach, dimostrando anche un ottimo fiuto per gli affari.

LA DIFFUSIONE NEI LOCALI

Un apporto determinante alla diffusione del blender nei bar arrivò da un altro famoso cantante americano dell'epoca: **Rudy Vallée**. Una sera Rudy andò a trovare Waring dopo la sua esibizione. Questi aveva con sé i suoi amati frullatori e, sapendo che il cocktail preferito di Vallée era il Daiquiri Frozen, ne preparò uno utilizzando uno dei suoi blender. Vallée apprezzò talmente il risultato che decise di fare da agente commerciale a Waring e iniziò a promuovere l'uso dei frullatori Hemilton, con tanto di dimostrazione, nei locali. Uno dei più famosi bar a sposare la causa del blender fu **El Floridita**, a L'Havana. Il **Floridita Daiquiri**, famoso in tutto il mondo, ha proprio come caratteristica quello di esse-



Il primo frullatore fu brevettato da Stephen Poplawsky negli anni Venti

In una Piña Colada ananas, cocco, latte, Rum e ghiaccio non riuscirebbero a legare perfettamente se non frullati in un blender

re fatto con il frullatore. Un altro cocktail che deve la sua esistenza all'utilizzo del blender è la **Piña Colada**: ananas, cocco, latte, Rum e ghiaccio non riuscirebbero a legare perfettamente se non frullati in un blender. III





QUANTO MI COSTI?

Un dipendente ben addestrato, motivato e appassionato può essere il vero valore aggiunto del proprio locale e trasformare un servizio ordinario in una esperienza da ricordare. Ma quanto costa inserire una risorsa nel proprio team? Non esistono risposte preconfezionate e i diversi fattori che incidono sulla retribuzione devono essere ponderati caso per caso.

di Matteo Bodei*



I fattori che possono condizionare il costo di un dipendente sono davvero tanti, sia in termini di costo in senso stretto che di sgravio, con l'incognita incombente del cosiddetto "assenteismo". Possiamo sinteticamente suddividere i costi in tre tipologie generali: la retribuzione vera e propria, gli oneri contributivi/assicurativi e le spese accessorie.

La retribuzione rappresenta una parte consistente del costo del personale ed è direttamente legata all'attività lavorativa svolta, variando in base al livello di professionalità, al tipo di contratto di lavoro e all'orario svolto settimanalmente. È fondamentale valutarla attentamente, tenendo conto dei minimi definiti dal contratto collettivo applicato e delle leggi del mercato del lavoro, per garantire che i collaboratori siano adeguatamente remunerati. Per la definizione di un budget di spesa si deve considerare che, oltre alla retribuzione mensile, andranno garantite le due mensilità aggiuntive, ossia la tredicesima e la quattordicesima, insieme al TFR, corrispondente a circa una terza mensilità aggiuntiva. Per alcune

figure potrebbe essere accordato un premio individuale o collettivo, alcuni rimborsi spese o qualche misura di welfare (beni in natura o servizi), quali ad esempio i pasti, che possono incidere ulteriormente sui costi.

I contributi previdenziali e assicurativi sono le somme che l'azienda deve pagare per la previdenza e la sicurezza dei propri dipendenti. Questi contributi includono la contribuzione per l'INPS a carico del datore di lavoro, l'assicurazione sugli infortuni e le malattie professionali INAIL, i fondi pensione e altre forme di assicurazione obbligatoria, quali ad esempio i contributi per gli enti bilaterali. È fondamentale tener conto di questi costi per evitare sanzioni e problemi legali dovuti a una eventuale irregolarità contributiva.

Gli oneri accessori, infine, rappresentano tutte le spese aggiuntive collegate al personale dipendente: i costi di selezione del personale, la parcella per le paghe e le pratiche dovuta allo studio di consulenza, gli strumenti di lavoro (le divise, il PC, il palmare per le ordinazioni, la cancelleria ecc.), la formazione obbligatoria e facoltativa (corsi antincendio e



primo soccorso, corso HACCP, corsi di specializzazione ecc.), le visite mediche periodiche, i software per la gestione e il monitoraggio del personale, i badge per le timbrature e un piccolo fondo per i danni o gli sprechi commessi involontariamente durante la prestazione lavorativa. Sono chiaramente costi variabili in base alle specifiche esigenze dell'azienda, ma devono essere considerati nel calcolo del costo totale del personale.

Quanto detto sopra è modulato anche dalla tipologia di contratto applicato al lavoratore (tempo determinato, indeterminato, a chiamata, somministrato oppure apprendistato) e parametrato all'orario di lavoro (tempo pieno, part-time, intermittente). È quindi fondamentale, prima di definire con il lavoratore quale contratto applicare, consultarsi con un Consulente del Lavoro che può aiutare anche a verificare e richiedere eventuali sgravi, principalmente legati a situazioni soggettive del candidato: età, genere, stato occupazionale o inserimento in particolari categorie svantaggiate.

ATTENZIONE ALLE ASSENZE

Nel calcolo dei costi occorre prestare attenzione anche alle assenze dei dipendenti, tanto in riferimento a quelle prevedibili e, quindi, fisiologiche, quanto a quelle dovute ad eventi straordinari. Se è vero, infatti, che a ciascun dipendente sono corrisposte circa 15 mensilità di retribuzione all'anno (considerando il TFR) è altrettanto vero che il lavoratore, o la lavoratrice, non sarà mai presente 12 mesi consecutivi: dovrà godere di almeno un mese di ferie, più altri riposi. Oltre a queste assenze "obbligatorie" si possono aggiungere quelle facoltative (permessi studio, elettorali, donazione sangue ecc.) o periodi di assenza imprevisti, anche lunghi, dovuti a malattie, infortuni, maternità o congedi per assistere un familiare disabile, per non parlare delle assenze completamente ingiustificate che richiederanno doverosi provvedimenti di natura disciplinare. L'assenza programmabile o improvvisa dei lavoratori va considerata nel calcolo del proprio fabbisogno di personale, prevedendo un numero adeguato di persone per attuare strumenti ordinari (turnazione, piano ferie ecc.) e straordinari (personale di rinforzo a chiamata o in somministrazione, elenco di sostituti validi in caso di bisogno, procedure di assunzione in emergenza ecc.).

GLI ASPETTI DA ANALIZZARE

Il costo del personale dipende quindi da diversi fattori, che vanno ponderati attentamente insieme a un professionista, per non incorrere in situazioni di carenza di personale o in costi eccedenti e, quindi, ingiustificati. Il suggerimento è di focalizzare la propria attenzione su alcuni aspetti in particolare, a cominciare dall'analisi dell'organico. È importante, infatti, **valutare il numero e le competenze necessarie per garantire una corretta gestione dell'attività**. Calcolate il giusto numero di dipendenti e tenete conto delle competenze richieste per massimizzare l'efficienza del personale: considerata la radicata difficoltà nel reperire personale adeguato nel settore dei pubblici esercizi, è utile rivolgersi a più Agenzie per il Lavoro e di muoversi per tempo nelle ricerche.

Un secondo aspetto riguarda i turni di lavoro, la cui organizzazione è essenziale per garantire una buona copertura durante le diverse



fasce orarie. **Ottimizzare i turni di lavoro** può ridurre i costi e incrementare l'efficienza. La corretta gestione dell'orario di lavoro e la corretta dimensione del proprio staff sono cruciali: troppi straordinari o, viceversa, personale in eccesso, possono incidere davvero molto sul bilancio di un pubblico esercizio. Terzo punto irrinunciabile è **la formazione del personale**: assicurarsi che il personale sia adeguatamente formato riduce il rischio di errori e contribuisce al miglioramento dell'esperienza dei clienti. Tagliare le spese di formazione e aggiornamento non è mai una buona idea: meglio puntare alla formazione interna e all'affiancamento dei lavoratori da parte del titolare o del personale più esperto. Infine, occorre valutare periodicamente le prestazioni del personale: in questo modo si possono individuare eventuali lacune o problemi e adottare le opportune misure correttive. Premiare il personale competente e motivato può aumentare la produttività e ridurre la rotazione del personale stesso. Alcune for-

me di incentivazione e di fringe benefit sono oltretutto esonerate da imposte e contributi, entro una determinata soglia economica. Parimenti, intervenire censurando condotte inadatte è molto importante per rimuovere elementi negativi, in termini sia di costo sia di immagine per il locale, e per dare a tutto il personale un segnale di inflessibilità rispetto ai comportamenti scorretti.

NON FATE TUTTO DA SOLI

Gestire il costo del personale dipendente in un pubblico esercizio nel settore della ristorazione o del bar è un'operazione tutt'altro che banale. Affidandosi al supporto di un **Consulente del Lavoro**, anche le realtà di piccole dimensioni possono comunque attuare una corretta gestione del personale e concentrarsi così sul successo e la redditività della propria impresa. ■

** consulente del Lavoro
iscritto all'albo provinciale di Brescia*



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



Numero Verde
800-010333

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

L'HACCP È OBBLIGATORIO PER I BARTENDER

Il bartender ha l'obbligo di frequentare il corso di formazione HACCP (Hazard Analysis and Critical Control Points), che può essere finanziato dai Fondi Interprofessionali attraverso gli enti di formazione accreditati.

di Chiara Malla

In qualità di addetto alla manipolazione e somministrazione di bevande e alimenti, il bartender è obbligato a frequentare il corso di formazione HACCP (*Hazard Analysis and Critical Control Points*) per l'autocontrollo alimentare e la gestione dei rischi relativi, volto alla tutela della salubrità degli alimenti somministrati secondo quanto previsto dal Regolamento Europeo 852/2004.

Il corso HACCP per barista, che sostituisce l'ex libretto sanitario, prepara il candidato a tutte le attività che svolgerà riguardo la manipolazione, la preparazione e la somministrazione degli alimenti e delle bevande. Le mansioni del barista sono molteplici e tutte molto delicate da un punto di vista igienico, soprattutto per quanto riguarda i rischi di contaminazione causati da sostanze tossiche e microrganismi. Il barista dovrà quindi essere in grado di valutare il rischio, analizzare le possibili cause e, soprattutto, eliminarlo o ridurlo al minimo: grazie al corso HACCP, l'addetto sarà in possesso di tutte le competenze necessarie per svolgere l'attività in sicurezza.

Sono soggetti alla formazione HACCP (e al conseguimento dell'Attestato HACCP) gli addetti di bar, ristoranti, chioschi e simili, laboratori alimentari artigianali e di imprese che producono semilavorati e additivi per l'industria alimentare. Il corso affronta, tra gli altri temi, quello della sanificazione, ossia impartisce istruzioni su come eliminare batteri e agenti patogeni per ridurre al minimo il rischio di contaminazione. Le norme così apprese sono importanti anche nella preparazione delle basi dei drink e di altri preparati per i cocktail. Il corso, inol-

tre, forma i candidati anche relativamente all'igiene personale, sempre in un'ottica rivolta al controllo della contaminazione degli ambienti professionali in cui si lavorano gli alimenti. I corsi HACCP sono finanziati dai **Fondi Interprofessionali** per la formazione continua attraverso gli enti di formazione accreditati. Le imprese di qualsiasi dimensione, dal cocktail bar con un cameriere fino a quelle con decine di dipendenti, possono quindi accedere ai finanziamenti messi a disposizione da alcuni di questi fondi e abbattere i costi della formazione, garantendo una maggiore sicurezza per i propri lavoratori e la propria clientela. ■

DA SAPERE

La durata del corso HACCP varia da Regione a Regione, in quanto è la normativa regionale a definire i tempi e i metodi di formazione. Una volta scaduta la validità dell'attestato, il corso non deve essere effettuato *ex novo*, ma richiede un semplice aggiornamento.



IL MEGLIO DELLA MISCELAZIONE SI INCONTRA A BERLINO

Bar Convent Berlin è un evento di livello internazionale che attrae ogni anno nella città tedesca bartender, distributori e produttori di bevande provenienti da quasi 90 Paesi. L'edizione 2023 è in programma dal 9 all'11 ottobre al quartiere fieristico berlinese. In un totale di sei padiglioni saranno presenti oltre 500 espositori con i loro prodotti, liquori e bevande, provenienti da tutto il mondo: accanto ai big del settore saranno diversi i marchi e le distillerie da scoprire, posizionati nelle aree **Young Guns** ed **Emerging Brands**, organizzate da **Park Street**, società americana di consulenza specializzata nel settore, e già viste nel 2022. Da non perdere saranno i due hotspot nell'area espositiva, incentrati su due tendenze chiave: gli alcolici di **agave** e il **Low & No**. Come spiega **Petra Lassahn**, direttrice di **BCB**: “Con i nostri Bar Hotspot,

gestiti da ottimi bar team, permettiamo ai nostri visitatori di sperimentare con tutti i sensi le nuove tendenze”. Tra queste c'è appunto l'agave, alla quale sarà dedicato un pop-up bar realizzato grazie alla collaborazione tra BCB e il team del **Barro Negro** di Atene, che ha dato vita alla **BCB Agave Embassy**. Sarà invece incentrata sul Low & No l'area allestita in collaborazione con il team del **The Cambridge Public House** di Parigi, che nei tre giorni di fiera creerà cocktail unici, con poco o zero alcol. Il Bar Convent Berlin offrirà anche diverse opportunità di formazione con speech tenuti da prestigiose personalità della scena mondiale del settore. Tra queste non mancheranno volti noti del Made in Italy, come **Antonella Nonino** e **Giacomo Giannotti**. Il 9 ottobre Antonella Nonino terrà la masterclass dal titolo “**1973-2023 the grappa revolution: a journey along monovitigno® nonino story**”. Nonino rappresenta la quinta generazione di questa famiglia di



distillatori e si è occupata, insieme al padre, di processi di distillazione, fermentazione e invecchiamento dei distillati. Dal 2007 si dedica a far apprezzare la grappa nel mondo della mixology. **Giacomo Giannotti** interverrà il 10 ottobre con la presentazione “**Paradiso Waste Lab**” nella quale condividerà il lavoro fatto nel suo locale, il **Paradiso**, appunto, di Barcellona, in tema di sostenibilità. Originario della Toscana, Giannotti è cresciuto nella gelateria di famiglia e, seguendo la sua passione per la mixology, si è trasferito prima a Londra e poi a Barcellona, inanellando negli anni una serie di riconoscimenti di livello internazionale. Il suo Paradiso si è conquistato il titolo di miglior cocktail bar al mondo nella classifica **The World's 50 Best Bars**. Sempre nella città catalana ha aperto il **Galileo** e il **Barcellona Monk**.

SECONDA EDIZIONE PER THAT SPOOKY SEASON

Nel mese di ottobre Foggia e la sua provincia ospitano la seconda edizione di **That Spooky Season**, una cocktail competition a tappe organizzata con il supporto di **Compagnia dei Caraibi**. Quattro chef misteriosi proporranno dei piatti per ispirare i drink dei partecipanti, che dovranno creare dei cocktail utilizzando

prodotti diversi per ogni tappa. **Citadelle**, **Salvia** e **Limone**, **Carlo Alberto** e **Vecchio Magazzino Doganale** sono i brand coinvolti. I finalisti delle varie manches dovranno competere il 2 novembre al **Trabucco di Mimì**, a Peschici. In palio per il vincitore c'è un viaggio in Cognac per visitare la distilleria di Citadelle.

TORNA LA SETTIMANA DEL COCKTAIL A VENEZIA

È alla sua terza edizione la **Venice Cocktail Week**, la kermesse ideata e diretta da **Paola Mencarelli** con il patrocinio del Comune di Venezia e il sostegno di **Vela**. L'evento si terrà da lunedì 23 a domenica 29 ottobre. *“Il bello di Venice Cocktail Week è che si sviluppa attraverso la collaborazione e l'arricchimento reciproco con il settore dell'alta ristorazione e dell'arte della mixology di eccellenza veneziana. Da questo dialogo sono scaturite nuove idee e nuove sinergie che si sono irradiate da Venezia al resto del mondo. Così è stato negli anni scorsi e così sarà anche questo ottobre”*, commenta **Simone Venturini**, Assessore Comunale al Turismo della Serenissima. **Venice Cocktail Week 2023** punta a far scoprire la città attraverso un itinerario tra 31 Cocktail Bar selezionati *ad hoc* per la kermesse stessa, alla scoperta dei Cocktail creati in esclusiva per la manifestazione. Paola Mencarelli ha impostato l'evento puntando i riflettori sugli stessi cocktail bar partecipanti e sui loro bartender: nessun contest, nessuna classifica, ma momenti di coinvolgimento, formativi o di intrattenimento, indirizzati sia al grande pubblico che agli addetti del settore. La cocktail list di ognuno dei 31 cocktail bar presenterà tre drink esclusivi: Signature cocktail, un drink di libera creazione **VCW23**

rappresentativo del cocktail bar; “Riesco a bere italiano”, un drink dedicato al made in Italy con prodotti di aziende esclusivamente italiane, partecipanti all'iniziativa; Aperitivo di mezzogiorno, un drink fresco e leggero ideato per l'aperitivo di mezzogiorno, grande tradizione veneziana. Per questa terza edizione torna anche **Dining With The Spirits**, iniziativa pensata per creare sinergie fra il mondo della mixology e quello della cucina, che coinvolgerà 24 ristoranti e cocktail bar della città.



A NOVEMBRE APPUNTAMENTO CON IL BAR SHOW DI ATENE

Si svolgerà presso la storica **Tecnòpoli** l'edizione 2023 dell'**Athens Bar Show**, manifestazione per baristi e professionisti della ristorazione ideata nel 2010 dalla **Bar Academy Greece**. All'evento, in programma il 7 e 8 novembre, sono attesi oltre 10mila visitatori, un numero che ben rispecchia la dinamicità del settore bar in Grecia. In origine la manifestazione si chiamava **“The Bar Academy Show”** e si

svolgeva al **Metropolitan Expo**, vicino all'aeroporto. Nel 2012, con il nome di Athens Bar Show, è stata spostata nel centro della città, negli spazi **The Hub Events** e dal 2014 è ospitata dalla Tecnòpoli. L'edizione dello scorso anno ha avuto 12mila visitatori. L'organizzatore, Bar Academy, è una società di formazione attiva nel campo dell'hospitality che cura anche il **Mediterranean Bar Show** di Nicosia.

BAR CONVENT BROOKLYN SI CONFERMA EVENTO TOP PER IL SETTORE



Il **Bar Convent Brooklyn**, tenutosi il 13 e 14 giugno a New York, ha visto la partecipazione di oltre 4.500 professionisti del settore. Come ha detto **Jackie Williams**, direttrice dell'evento organizzato da **RX**: *"Il BCB continua ad alzare il livello ogni anno che passa, rappresentando una piattaforma essenziale affinché i professionisti possano incontrarsi, condividere conoscenze e plasmare il futuro del settore"*. **Industry City**, la location dell'evento, ha ospitato 198 marchi provenienti da 51 Paesi e 46 stati americani, 121 relatori per 55 sessioni educative e 475mila bevande e liquori. Tema ricorrente negli appuntamenti della due giorni newyorkese è stato il Rum, un'industria che nei Caraibi dà lavoro a milioni di persone e vale circa 2,5 miliardi di dollari. La prossima edizione dell'evento è in programma per l'11 e 12 giugno 2024.

GINEPRO, CHE PASSIONE!



Il 30 settembre a Montemarle di Cuneo si tiene la **Festa della Raccolta del Ginepro**, un'occasione imperdibile per scoprire il mondo delle Alpi Occitane e il processo di raccolta delle bacche di ginepro che danno vita all'**Occitan Gin** della distilleria **Bordiga**. La raccolta è un'occasione per immergersi nella tradizione e vivere un momento di evasione con l'aperitivo e la festa Occitan che concludono la giornata. I raccoglitori devono essere maggiorenni, avere una conoscenza base delle botaniche, essere in grado di percorrere sentieri montuosi ed essere dotati di abbigliamento adeguato.

IL GIN PROTAGONISTA PER DUE GIORNI A MILANO

Si è tenuta il 10 e 11 settembre a Milano l'undicesima edizione di **theGINday**. *“Emerge con grande evidenza la creatività italiana applicata alla produzione del gin. La si riscontra nella ricerca delle botaniche, nella loro lavorazione e nelle idee che stanno all'origine delle produzioni, raccontate in affascinanti storytelling”*, ha commentato **Luca Pirola**, organizzatore dell'evento. *“Il pubblico ha notato un innalzamento della qualità delle produzioni, mentre gli espositori hanno notato una crescita e un aumento di consapevolezza da parte del pubblico, che si è realmente concesso la totale esperienza di assaggiare il prodotto liscio, degustarlo nei tre bar ufficiali nei drink, Negroni, Martini Cocktail e Gin&Tonic, e comprarlo portandoselo a casa presso lo shop ufficiale **Bottega Liquors&Spirits**”*.

Al **SuperStudio Più**, location dell'evento, sono stati consegnati, per la prima volta, anche i **Gin Awards**. I migliori gin sono stati giudicati tra cinquanta referenze candidate e assaggiate secondo il metodo *“blind test”* da una giuria di esperti tra professionisti del settore beverage. Ad aggiudicarsi il titolo di **Best Italian Gin** è stato l'**Elite** di **Gin Milano Elite**, ispirato alla città

di Milano, *“un distillato di pregio che celebra eleganza e bellezza”*. Al secondo posto il **Gin Tabar Bergamotto** di **Casoni Fabbricazioni Liquori** e al terzo posto il **Maxi Millian Gin** di **Maxi Millian**. Il **Best International Gin** incoronato dalla giuria è stato il **Glendalough Wild Botanical Gin** di **Coca Cola HBC**; secondo posto per **Bareksten Botanical** di **Onesti Group** e terzo per **Fords Gin** di **Compagnia dei Caraibi**. Il **Best Idea/Concept**, riconoscimento dedicato al servizio del gin, è andato all'**Enfleurage Gin** di **Enfleurage**, giudicato *“profumato, storico, artistico, in grado di raccontare e reinventare una fascinosa vicenda ottocentesca legata a **Maria Luigia d' Austria**”*. Premiati anche il **585.5 Miles** di **Pedro Ferreira** e il **Prebugin** di **Brainfusion**. Infine, **Xamorfos** di **Distill Hub** si è aggiudicato il premio per il best packaging. A colpire la giuria è stata la scelta di assicurare l'etichetta sulla bottiglia con un paio di elastici di caucciù riciclato, avendo al bottiglia un formato che non permetteva di applicare un'etichetta adesiva che non facesse pieghe sul lato curvo. Premiati per il packaging anche **Saigon Baigur** di **Compagnia dei Caraibi** e il **Fabbri dry gin** di **Fabbri 1905**.

UN FESTIVAL PER CONOSCERE IL SINGLE MALT SCOTCH WHISKY

È in programma dal 2 al 4 dicembre il **Milano Whisky Festival e Rum Show**, evento nato dalla passione di **Giuseppe Gervasio Dolci** e **Andrea Giannone** per la Scozia e per il suo distillato simbolo. Giunto alla diciottesima edizione, il festival ha ampliato i confini e propone, oltre allo Scotch Whisky, Irish Whiskey, Bourbon, Whisky dall'Estremo Oriente, Rum, Ron e Rhum. Per accedere alla sala espositiva è richiesto l'acquisto del kit degustazione e della **Scotch Whisky Guide 2024**. Oltre 400 saranno le etichette presenti. Parallelamente alle degustazioni, sarà possibile partecipare a masterclass per approfondire la conoscenza del mondo whisky.



TIKI TRA RACCONTI E LEGGENDE



Lo **Smuggler's Cove** di San Francisco è stato riconosciuto come uno dei migliori 50 bar al mondo, uno dei migliori dieci concept degli ultimi 25 anni e uno tra i 12 bar più influenti al mondo del XXI secolo. Il suo titolare, **Martin Cate**, è, insieme alla moglie **Rebecca**, l'autore di questo libro sulla tradizione e la leggenda del **Tiki**, un viaggio che parte dalle sue origini al revival moderno. La coppia si è appassionata alla miscelazione esotica alla fine degli anni Novanta, trasformando la camera degli ospiti della propria casa in un tiki bar, per poi studiarne la storia e le tecniche. Martin Cate, che ha lavorato come barman al **Trader's Vic** di San Francisco, è un esperto di Rum e drink esotici, conduce seminari educativi e officia concorsi di Rum e cocktail negli Stati Uniti, in Europa e nei Caraibi. Nel 2015, insieme ad **Alex Smith** e **John Park**, ha aperto anche il **White-chapel**, sempre a San Francisco.

TITOLO Smuggler's Cove
I cocktail esotici, il rum e il culto del tiki
AUTORI Martin e Rebecca Cate
EDITORE Readrink

UN GLOSSARIO INDISPENSABILE

Come omaggio a **Dom Costa**, bartender di spicco della scena italiana e internazionale, scomparso lo scorso giugno a 63 anni, segnaliamo qui il suo **Drinkzionario**, libro uscito nel 2015 e diventato un manuale utile ai più e meno esperti del settore.



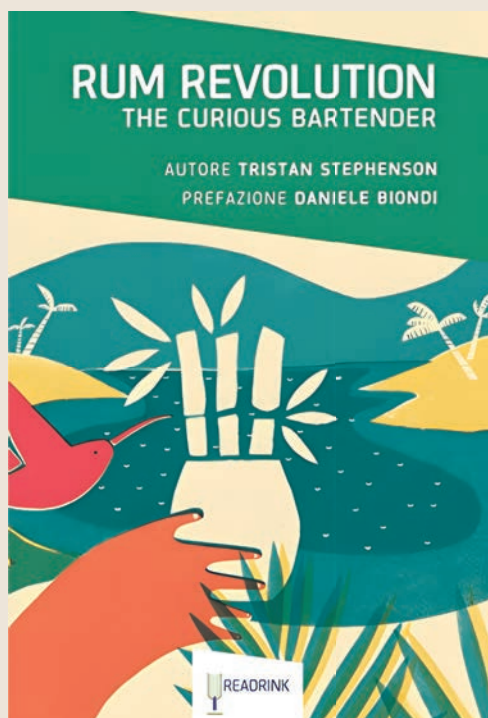
Si tratta di un vero e proprio glossario dei termini in uso nel bartending internazionale, che include anche le storie dei drink più famosi al mondo e dei bartender che hanno contrassegnato, con le loro creazioni, il mondo del cocktail. Costa era, del resto, uno di loro: nato a Vibo Valentia, in Calabria, era cresciuto a Torino e già da ragazzo aveva iniziato a lavorare come bartender a bordo delle navi da crociera. Dopo aver viaggiato per tutto il mondo, si era stabilito in Liguria. Ad Alassio (SV) aveva fondato nel 2003 il **Liquid** per poi dedicarsi a consulenze e collaborazioni come *mixology expert*. Negli ultimi anni si era specializzato nei distillati a base di Agave.

TITOLO Drinkzionario
Ovvero come non perdersi nei meandri della terminologia in uso per i cocktail bar
AUTORE Dom Costa
EDITORE Edizioni Velier

LA RIVOLUZIONE DEL RUM

Tristan Stephenson è un bartender inglese co-fondatore di **Fluid Movement**, una società di consulenza pioniera della mixology molecolare. Classe 1982, è stato definito uno dei “migliori baristi di Londra” nel 2013, stesso anno nel quale ha collaborato con **Diageo** per aprire un gin **Palace pop-up** a Covent Garden per celebrare il compleanno del fondatore di **Tanqueray**. In **“Rum revolution”** Stephenson esamina i disciplinari precisi del Rum ne racconta la storia, analizzandone ogni metodo e stile di produzione, attraverso le personalità che hanno dato al distillato un nuovo destino, perché dopo un lungo periodo di decadenza, il Rum si è ripreso il posto che merita tra i distillati più nobili: bianco, scuro, giovane o invecchiato, il Rum è protagonista di un racconto di distilleria in distilleria, in giro per il mondo e attraverso diverse epoche.

TITOLO Rum Revolution
The curious bartender
AUTORE Tristan Stephenson
EDITORE Readrunk



TUTTO SUL TIKI IN VERSIONE MODERNA

“TIKI: Modern Tropical Cocktails” è il primo libro scritto da **Shannon Mustipher**, barlady esperta di Rum che ha lavorato in diversi ambienti, dai pub di quartiere ai ristoranti stellati.

Mustipher, che è anche membro fondatore del **Cane Club Collective**, un team che promuove la conoscenza e l'apprezzamento del Rum attraverso seminari educativi, offre in questa pubblicazione una versione moderna del Tiki, con ricette originali, tecniche, note di degustazione, consigli su stile e musica.

Il libro, che ha ricevuto il premio **IACP 2020**, permette agli amanti dei cocktail di esplorare sapori rinfrescanti, liquori pregiati e presentazioni di grande impatto e facili da eseguire, grazie a ricette firmate dagli artisti del Tiki contemporaneo: **Nathan Hazard**, **Brother Cleve**, **Laura Bishop** e **Ean Bancroft**, per citarne alcuni.

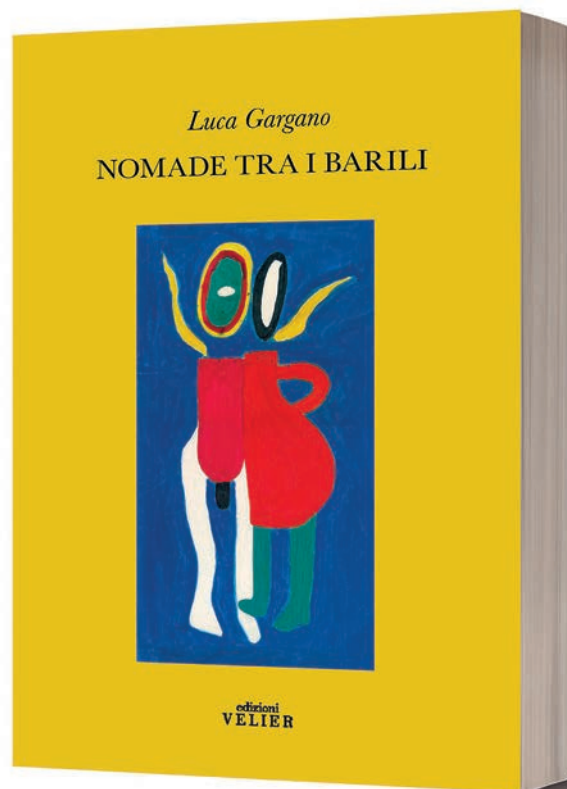
TITOLO Tiki
Modern Tropical Cocktails
AUTORE Shannon Mustipher
EDITORE Rizzoli



UN'AVVENTURA DI RUM IN RUM

Luca Gargano accompagna il lettore in un'avventura nel mondo del Rum, distillato che ha stregato l'imprenditore genovese, tanto da diventarne un vero e proprio cultore, che ha portato i palati più esigenti d'Europa e del mondo ad apprezzarne non solo il gusto, ma la storia e la cultura. Da Cuba agli angoli più irraggiungibili delle isole caraibiche, passando per gli incontri con le persone più diverse, inclusi **Fidel Castro**, **Gérard Depardieu** e **Niki Lauda**, il libro racconta la passione che ha portato Gargano a conquistare un successo dopo l'altro, un Rum dopo l'altro. Il titolare di **Velier**, la più grande società italiana indipendente d'importazione alcolici, è stato eletto nel 2014 "**Mejor experto del Ron**" dagli stessi produttori e nel 2016 nominato "**Best Rum Influencer of the Year**" dalla giuria del **Golden Rum Barrel Awards**, a Londra. È autore anche di "**Atlas du Rhum**", considerato dagli esperti una vera e propria "*Bibbia del Rum*".

TITOLO Nomade tra i barili
AUTORE Luca Gargano
EDITORE Edizioni Velier



PER CONOSCERE IL RUM PARTENDO DAI FONDAMENTALI

Volete fare un giro del mondo stando comodamente fermi? Una buona idea è leggere il libro di **Cyrille Mald**, esperto di Rum, oltre che di Whisky. In oltre 400 pagine, Mald compie un viaggio in 91 Paesi e presenta le distillerie più celebri, le aree geografiche e gli itinerari di visita, senza tralasciare alcun Paese produttore. Le 14 cartine presenti nel libro lo rendono anche uno degli atlanti dedicati al Rum più completi di sempre. "**Rum e altri distillati di canna da zucchero**" riporta nel dettaglio 450 sfumature di aromi scientificamente identificate, raggruppate in 12 famiglie (la cosiddetta *Ruota degli aromi*). Cyrille Mald è responsabile delle degustazioni presso la rivista di settore **Rumporter** e presidente di **Rum Intelligence**, la società organizzatrice dell'**International Sugarcane Spirits Awards**.

TITOLO Rum e altri distillati di canna da zucchero
AUTORE Cyrille Mald
EDITORE L'ippocampo





NON È TUTTO ORO QUELLO CHE LUCCICA

LA PROPENSIONE ALL'EFFETTO SPECIALE SEMBRA ESSERE PARTICOLARMENTE GRADITA ALLA NUOVA MISCELAZIONE: DOVER STUPIRE CON IMMAGINI *INSTAGRAMMABILI* È DIVENTATO UN IMPERATIVO CATEGORICO. È VERO, L'OCCHIO VUOLE LA SUA PARTE, MA PROFUMI E SAPORE DOVREBBERO ESSERE I PROTAGONISTI ASSOLUTI DI UN COCKTAIL.

di Roy Batty

Non è tutto oro quello che luccica e chi ama la miscelazione lo sa bene. Ormai ci siamo, quasi, abituati a cocktail assurdi, complicati, privi di profumi e di gusto, ma impacchettati così follemente da diventare irresistibili. L'imperativo categorico è stupire con un'immagine *instagrammabile*. Perché, signori, diciamocelo: l'importante è l'estetica e una bella foto fa raccogliere follower.

La propensione all'effetto speciale sembra essere particolarmente gradita alla nuova miscelazione: siamo assediati da immagini barocche, artefatte e complicate, perché l'occhio vuole la sua parte e il gusto può anche essere secondario. Ma cosa c'è di più elegante di un bicchiere pulito, semplice e con una decorazione minimal? Invece è il trionfo di bicchieri dalle forme più singolari: conchiglie, pesci a palla di vetro, uccellini, pappagalli, teschi, mongolfiere, provette, trenini, navicelle spaziali e chi ne ha più ne metta. Scelte aberranti, che oltre a non impreziosire minimamente il cocktail lo rendono, il più delle volte, difficilissimo da bere.

Il cameriere arriva, posa l'orrido bicchiere sul tavolo, il cliente lo guarda e pensa: "E adesso come faccio a berlo?". Ma se il problema fosse solo questo, saremmo fortunati: quello vero è che questa insopportabile volontà di stupire visivamente, a ogni costo, porta a poco. Il vero stupore andrebbe destinato in termini di gusto e di olfatto. Perché creare drink list strampalate, nelle quali l'unica certezza è l'impegno assoluto nel renderle poco comprensibili, con ingredienti fantascientifici che si abbinano ad altri impronunciabili e sconosciuti? E perché utilizzarli se non aggiungono nulla al cocktail, se non una sfumatura poco persistente e povera? Ci sono poi quelle stramaledette decorazioni, adagiate sul bicchiere come vestitini imbarazzanti, senza alcuna attinenza con il cocktail stesso...

Amo la semplicità, l'eleganza e il gusto. L'occhio vuole la sua parte, è vero, ma profumi e sapore dovrebbero essere i protagonisti assoluti dei vostri cocktail. Altrimenti, dedicatevi all'arte figurativa e abbandonatevi a essere sublimi inventori del nulla cosmico.

DEDICATO A VOI

MIXOLOGY MAG

N°2 - 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
**Matteo Bodei | Giovanni Campari
Jacopo Lancerin | Luna Maller
Carolina Mirò | Luca Redolfini**

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
s.stivala@fwcommunication.it

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

STAMPA
Nuova Effeasrl
Viale Lombardia 51/53
20861 Brugherio (MB)

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 rettifica, cancellazione, opposizione a particolari trattamenti dei propri dati, esplicitati all'art. 7 D.Lgs 196/03.

BEVI RESPONSABILMENTE!

COSA VI PIACEREBBE LEGGERE SU MIXOLOGY MAG?

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



Mixology Mag allo stand Campari di Roma Bar Show



Mixology Mag allo stand Opificio Fred at Bar Convent Brooklyn

GLI INSERZIONISTI

400 CONIGLI www.400conigli.com	III COP.
ANIMA ROMITA www.animaromita.it	PAG. 1
ATHENS BAR SHOW www.athensbarshow.gr	PAG. 16
DREAM WHISKY www.dreamwhisky.com	PAG. 4
FW COMMUNICATION www.fwcommunication.it	PAG. 60
GIN ENFLEURAGE www.ginenfleurage.it	PAG. 26
GRUPPORTS www.rts-srl.it	PAG. 70
ONESTIGROUP www.onestigroup.com	IV COP., PAG. 10, 12
SPIRITO BERGAMASCO www.spiritobergamasco.it	PAG. 24
TERRA WILD SPIRITS www.terrawildspirits.com	II COP., PAG. 2
VELIER SPA www.velier.it	PAG. 30
ZAFFERANO SPIRITS www.zafferanospirits.com	PAG. 18



IN COPERTINA

L'attrazione per l'esotico è irresistibile: ciò che ci appare lontano e irraggiungibile esercita da sempre un certo fascino. La storia dei cocktail caraibici e tiki parla proprio di questo: del desiderio di evasione verso spiagge paradisiache delle Hawaii o della Polinesia, al quale ha risposto una miscelazione creata ad arte da geniali bartender statunitensi, padri di drink iconici come lo Zombie, il Mai Tai, il Daiquiri. Cocktail che negli anni sono stati riscoperti e rivisitati, mantenendo intatta la propria forza evocativa.

400conigli.com



400 CONIGLI

*il primo gin
monocobotanico
al mondo*

ITALIAN
PREMIUM DRY

GIN

seguici su instagram

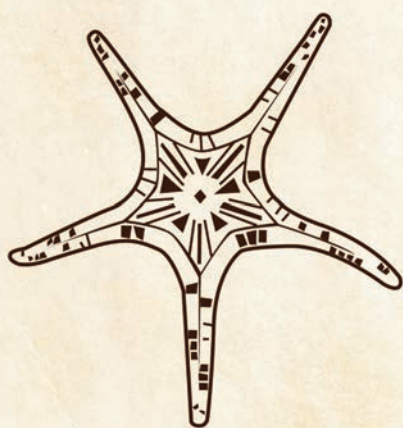
@400conigli



ALAMEA

EXOTIC INFUSIONS

I liquori Alamea sono progettati per creare cocktails Tiki ma non solo!
Sono perfetti per un twist on classic di qualità.



Bevi responsabilmente

distribuito da

 **ONESTIGROUP**
THE DISTRICT OF BEVERAGE

prodotto da

CASONI

Follow the starfish

 @alamea_liqueurs