

# MIXOLOGY MAG

l'arte della miscelazione

III CODERTITA

**MISCELAZIONE**

SEGNI PARTICOLARI:  
DETERMINATE E CREATIVE

I PERSONAGGI

**PERRONE E BARGIANI**

QUESTIONE DI STILE

IL LOCALE

**1930 COCKTAIL BAR**

LO SPEAKEASY  
ABBOTTONATO DI MILANO

COCKTAIL & SPIRITS

**VERMOUTH**

UNA STRANA STORIA ITALIANA

*L'eleganza:  
una scelta mai banale*

# GIN TERRÆ



*Taste the Nature*



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



distribuito da onestigroup.com

BEVI RESPONSABILMENTE

**BEER &  
FOOD**  
ATTRACTION

18 – 20  
FEBBRAIO  
2024

FIERA  
DI RIMINI

THE  
**EATING  
OUT**  
EXPERIENCE  
SHOW

beerandfoodattraction.it



ORGANIZZATO DA

**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future

IN COLLABORAZIONE  
CON



Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale

**ITA**  
ITALIAN TRADE ATTRACTOR

ITC - Italian Trade Agency  
P.O. Box 1000 - 00100 Roma - Italy  
Tel. +39 06 4759 6111 - Fax +39 06 4759 6112  
www.italytrade.it

madeinitaly.gov.it

CON IL PATROCINIO DI



Associazione Nazionale  
**italgrob**  
ASSOCIAZIONE CONSUMATORI

**UB**  
UNIVERSITÀ  
BIRRA  
PUBBLICITÀ  
PUBBLICITÀ  
PUBBLICITÀ

IN CONTEMPORANEA  
CON

International  
**HoReCa  
meeting**  
CONGRESS HOTEL & RESTAURANT

**BB  
TECH  
EXPO**

Capitale Italiano della Cultura  
**rimini**  
2020

18 – 20  
FEBBRAIO  
2024

FIERA  
DI RIMINI

**YYY**  
**MIXOLOGY  
CIRCUS**

ORGANIZZATO DA

**ITALIAN  
EXHIBITION  
GROUP**  
Providing the future

ALL'INTERNO DI

**BEER &  
FOOD**  
ATTRACTION

# SOMMARIO

MIXOLOGY MAG  
NUMERO 3

- 5 **EDITORIALE**  
**L'IMMUTABILE ESSENZIALITÀ DELL'ELEGANZA**  
*di Luca Tesser*
- 6 **IN COPERTINA**  
**MISCELAZIONE**  
SEGNİ PARTICOLARI:  
DETERMINATE E CREATIVE  
*di Fabiana Canella*
- 10 **LA STORIA**  
**RACCONTI DAL PASSATO**  
UNA STORIA, DUE PROTAGONISTI  
*di Jacopo Lancerini*
- 14 **I PERSONAGGI**  
**AGO PERRONE E GIORGIO BARGIANI**  
QUESTIONE DI STILE  
*di Luca Tesser*
- 20 **IL LOCALE**  
**1930 COCKTAIL BAR**  
LO SPEAKEASY ABBOTTONATO DI MILANO  
*di Carolina Mirò*
- 24 **LE CITTÀ**  
**FIRENZE**  
UNA MISCELA ELEGANTE  
DI TRADIZIONE E MODERNITÀ  
*di Chiara Cossu*
- 28 **COCKTAIL & SPIRITS**  
**DISTILLAZIONE**  
ANCORA UN ALTRO GIN  
*di Giovanni Campari*
- 32 **COCKTAIL & SPIRITS**  
**WHISKY**  
IL LAVORO SARTORIALE DI UN  
IMBOTTIGLIATORE INDIPENDENTE  
*di Federico Mazzieri*
- 38 **COCKTAIL & SPIRITS**  
**VERMOUTH**  
UNA STRANA STORIA ITALIANA  
*di Luca Tesser*
- 42 **COCKTAIL & SPIRITS**  
**CLASSIC COCKTAIL**  
MARTINI  
*di Luca Tesser*



- 44 **COCKTAIL & SPIRITS**  
**CLASSIC COCKTAIL**  
OLD FASHIONED  
*di Andrea Lazzaretti*
- 46 **LE TECNICHE**  
**INGREDIENTI**  
BITTER, CONSIGLI PER L'USO  
*di Luna Maller*

## RUBRICHE

- 48 **MARCHI E AZIENDE**
- 54 **J.ROGER SUGGESTION**
- 56 **PRODOTTI**
- 60 **DESIGN**
- 62 **BAR TOOLS**
- 64 **BAR & BUSINESS**
- 68 **FORMAZIONE**
- 70 **EVENTI**
- 77 **DA LEGGERE**
- 79 **SPEAKERS' CORNER**



# CLAIRIN

The Spirit Of Haiti



Distribuito in Italia da Velier spa



## L'IMMUTABILE ESSENZIALITÀ DELL'ELEGANZA

DI LUCA TESSER

**P**ascal Bruckner sostiene che l'eleganza è ottenere il massimo dell'intensità con il minimo di effetto. Non c'è nulla di più vero. Trovo che questa affermazione esprima perfettamente il concetto di eleganza nella miscelazione. Non abbiamo bisogno di stupire a tutti i costi, di lasciare a bocca aperta grazie a fantomatici giochi di prestigio.

Ciò che è strano, costruito, complesso, sebbene sontuoso, costoso, prezioso, difficilmente riuscirà a esprimere quella bellezza, semplice e pulita, che è il volto più sincero dell'eleganza. Ciò vale nell'estetica e nel concetto. Perché l'eleganza, diciamolo, è sì voluta e costruita, ma o si ha oppure no. Un cocktail, per essere elegante, dev'essere semplicemente pulito, nessuna decorazione esagerata, nessun bicchiere stravagante, così come il suo gusto dovrà essere complesso e allo stesso tempo semplice. Sono le sfumature, le note di sapore, a fare la differenza, a distinguere e rendere unica una sensazione. Perché l'arte della mi-

scelazione è fatta di percezioni, deve emozionare.

Tutto conta. L'ambiente, il gesto, l'atmosfera, la musica, la gente. Questo è il segreto dei grandi cocktail bar. La loro unicità è un connubio di eleganza e bellezza. La straordinaria perfezione di un momento inserito in un ambiente che si fissa nella memoria come puro e perfetto, come un dono per il cliente che soddisfa un'esigenza non scontata. L'eleganza è un insieme di ingredienti che sviluppano una forma di bellezza capace di stregarci totalmente.

La stessa parola "eleganza" deriva dal latino "eligere," che significa scegliere. L'eleganza è una scelta e non potrà mai essere banale, ma sempre preziosa e figlia della bellezza. Quindi, anche un cocktail determinato dall'eleganza sarà una scelta non scontata, ma una preziosa elaborazione di un desiderio. Concludiamo quest'anno con un brindisi all'eccellenza, dunque, che rende così straordinaria quest'arte sublime che è la miscelazione. Cheers!



**MISCELAZIONE**

## **SEGNI PARTICOLARI: DETERMINATE E CREATIVE**

*“Volevi un consiglio sul Gin? Ti chiamo la collega”.* È sempre più comune trovare una donna alla guida dei grandi bar, con drink list al femminile che, in tutta la penisola, esprimono creatività, professionalità e innovazione.

**di Fabiana Canella**



**P**er la prima volta mi ritrovo di fronte alla richiesta di raccontare la miscelazione al femminile e non sono stata chiamata per parlare di cosa vuol dire essere una donna che lavora nell'industria del bar. Basta infatti una piccola ricerca per scoprire che le bartender non possono esimersi da questo argomento clickbait durante i podcast o le interviste.

E se sentiamo i nostri colleghi parlare di che tipo di fermentazione faranno nella prossima drink list, o di come vedono il futuro dell'hospitality, noi dobbiamo rispondere ancora troppo spesso a domande su quali sono le difficoltà di lavorare in un ambiente maschile. Onestamente, ho sempre pensato che le poche bartender che ci sono abbiano un livello di professionalità molto alto e dovrebbero godere della stessa visibilità dei colleghi, senza dover per forza organizzare "serate rosa" o "women competition", ma parlando sempre di più del loro contributo nei locali dove lavorano. Sono felice, quindi, di potervi parlare anche di questo: è il segno che, piano piano, qualche passo è stato fatto.

### PROFESSIONALITÀ E COMPETENZA

Nell'ultimo anno ho visitato circa 50 bar al mese e se c'è una cosa di cui sono certa è che quando c'è una donna dietro al banco posso stare sicura che berrò bene, che avrò un buon consiglio sul distillato e che andrò via felice di aver speso quei 15 euro. Perché accade questo? Bisogna essere onesti: le donne, per farsi largo dietro al banco, devono "combattere" e dimostrare un po' di più. Per farsi strada più velocemente, è d'obbligo puntare sullo studio e la professionalità. Molte giovani bartender, inoltre, forse per le difficoltà che incontrano lungo la strada, mollano presto, alla ricerca di una professione meno sacrificante. Quindi, quelle che continuano sono delle "resistenti", ragazze e donne che si portano dentro una passione molto forte. E questa passione la ritroverete sicuramente nei loro cocktail e nel modo di ospitarvi. La nostra è una professione che, molto spesso, si inizia come "secondo lavoro". E se per gli uomini a volte rimane tale, per le donne, salvo eccezioni, è quasi sempre una scelta consapevole.

### LE COMMUNITY

Il settore dell'hospitality in Italia è ancora molto, troppo, indietro dal punto di vista dei diritti dei lavoratori, a prescindere dal genere: orari di lavoro disumani, contratti irregolari, straordinari non pagati. Ultimamente, l'emergenza della mancanza di personale, dovuta alla poca attrattività del settore stesso, porta ad avere sempre



Le poche bartender che ci sono hanno un livello di professionalità molto alto e dovrebbero godere della stessa visibilità dei colleghi.

### IL MIO COCKTAIL MANIFESTO: SKINNY BEE-TCH

È importante scegliere di lavorare per aziende libere da stereotipi di genere. Io ho avuto la fortuna di incontrare nel mio percorso **Elephant Gin**. Il nostro è un team molto vario, in cui ognuno viene valorizzato per i suoi punti forti. L'azienda si impegna inoltre a sostenere diversi progetti che comprendono anche la parità di genere. A questo cocktail sono particolarmente affezionata perchè piace a tutti senza distinzioni: fresco, semplice, leggero. Gli ingredienti: **Elephant London Dry Gin, Bambuchu Honey, Apple Soda e Gold Buchu**.





Greta Negri, bartender della scena milanese, vincitrice della Jameson Speed Round Competition.

meno giovani e, quindi, sempre meno donne. Le poche che ci sono, però, tendono a unirsi, contrariamente a quanto si possa pensare, ed è così che negli ultimi anni sono nate diverse community che raggruppano bartender da tutta Italia per condividere esperienze, ricette, progetti. Con questa idea, anch'io ho aperto **"female\_bartenders"** su **Instagram**, riscuotendo fin da subito una piccola, ma forte risposta. Le donne, forse più abituate a spendersi per far valere i propri diritti, contribuiscono a dare vita a un ambiente più sano: si parla sempre più spesso di salute mentale, di work-life balance, di inclusività. Si creano quindi un'intersezionalità e una voce comune che, secondo me, contribuiscono a un miglioramento graduale di tutto il settore.

### UN NUOVO MODELLO

Nel 1947 una legge del Michigan impediva alle donne di lavorare nei bar nelle città con più di 50mila abitanti. Nel 2017 **Charles Schumann** si siede al banco di **Julie Reiner** e le dice che secondo lui le donne possono lavorare in un bar al massimo fino alle 10 pm. Parliamo di una professione, storicamente, maschile? Certo. Ognuna di noi contribuisce a distruggere questa idea? Sicuramente. Le bartender, oltre a portare professionalità e competenza, stravolgono l'idea che ci possano essere lavori socialmente accettati o no in base al genere. Diventano un modello, non solo per le giovani con la passione per il bar, ma per qualsiasi donna. Il consiglio che cerco di dare è: segui la tua passione!

Anche se devi lavorare di notte, anche se devi avere a che fare con consumatori di alcol, anche se tuo papà potrebbe non essere particolarmente fiero del fatto che hai passato la notte a studiare il disciplinare dello Scotch Whisky. In un mondo in cui ci sono ancora donne che non possono lavorare, ogni donna indipendente diventa un modello di libertà.

### MISCELAZIONE FEMMINILE

Dal punto di vista tecnico invece, che tipo di miscelazione portano le donne? Domanda stupida, fatta troppe volte. Ognuna porta sé stessa, esattamente come i colleghi: la propria esperienza, i propri viaggi, la propria personalità. Io, ad esempio, cerco di fare una miscelazione semplice, comprensibile, ma con sempre un piccolo effetto "wow" che mi permette di creare velocemente un'interazione con l'ospite. La mia passione è l'ospitalità, mi piace parlare con la gente e penso che il bar sia un posto sacro in cui le persone riempiono il loro preziosissimo tempo libero. Il cocktail è una "scusa": per creare un nuovo amore, per parlare della tua brutta giornata, per liberarsi dai pensieri con gli amici. Davanti a un cocktail è tutto più semplice. Quello perfetto, per me, è quello che comprende la richiesta e lo stato d'animo della persona che te lo chiede. Cerco di usare sempre ingredienti freschi, stagionali e di qualità, che mi ricordano qualche viaggio fatto in luoghi lontani. E se questo è, però, qualcosa che ormai fanno un po' tutti, la differenza nei miei cocktail la fa il sorriso che ti strapperò servendotelo.

### LE SPICE GIRLS

Essendo una millennial, sono cresciuta al grido di **"girl power"** delle **Spice Girls**. Ricordo un'intervista in cui spiegavano come nell'unire le loro diversità trovassero la loro unicità. Un po' come quando uniamo diverse spezie in un cocktail, trovando un perfetto equilibrio. Parlando di miscelazione femminile con alcune colleghe ho scoperto, appunto, che ognuna di loro porta qualcosa di diverso nella bar industry.



Nella scena milanese, ad esempio, due delle mie bartender preferite stanno facendo infuocare i banconi: **Mina Giaconi**, Head bartender di **Rumore**, e **Greta Negri**, vincitrice della **Jameson Speed Round Competition**. Proprio Greta mi ha raccontato la sua vision: *“Nel corso della mia esperienza ho adottato uno stile di miscelazione che riporta eleganza e precisione, mettendo in pratica arte e studio nei cocktail, servendoli in un ambiente di convivialità. Avendo già un’immagine proiettata di quello che andrò a creare, per la realizzazione dei drink mi ispiro a tutto ciò che mi trasmette quelle emozioni che posso raccogliere e reinterpretare nelle miscele”*.

## ALESSIA BELLAFANTE, ESPLOSIONE DI PERSONALITÀ

L’ho conosciuta anni fa tra un post di Instagram e serate milanesi. Ho percepito fin da subito la sua determinazione e, infatti, **Alessia Bellafante** in pochi anni è diventata protagonista della miscelazione milanese al femminile. Oggi è bar manager di **Gesto** e fa parte del team di **Ellas Empowerment**, piattaforma che si occupa di promuovere l’inclusività nel mondo della bar industry. Le ho chiesto qual è il suo tipo di miscelazione e mi ha risposto che è l’esatta espressione di sé stessa: curiosità, costante ricerca e studio. Il suo impegno all’interno del bar rimane comunque focalizzato sull’abbattimento del gender gap e degli stereotipi di genere, il valore aggiunto che una figura femminile porta all’interno di un locale.



## PROMESSE PUGLIESI

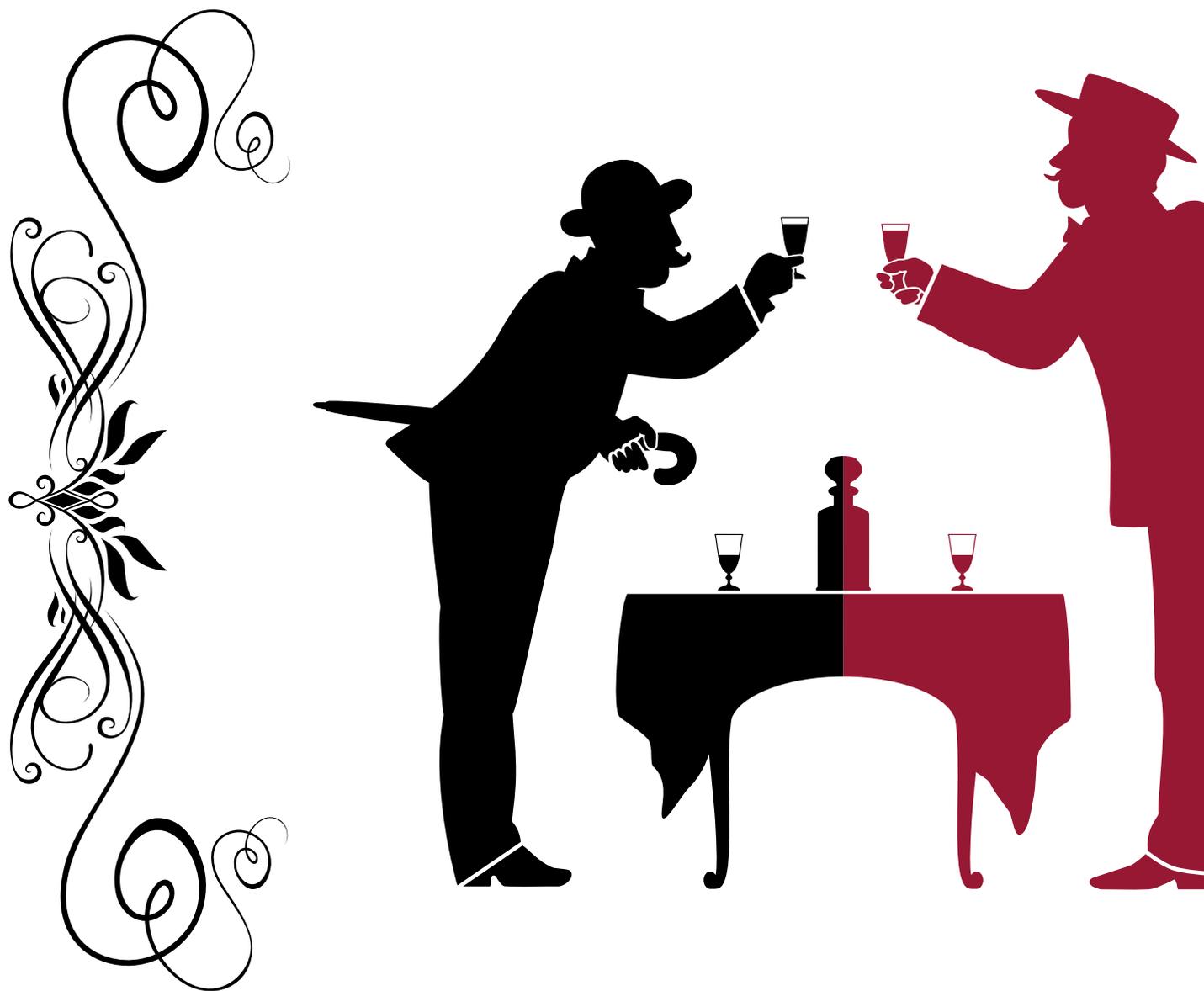
Sono di nonna pugliese, per questo mi ritrovo molto spesso a passeggiare tra i trulli. Nei bar pugliesi ho conosciuto **Giulia D’Anello**, Head bartender del **Frank Sushi Club** di Terlizzi e **Ilenia Brescia**, Bar Manager di **Borgo Egnazia**. La bartender da cui devo tornare sicuramente è **Federica Patruno**: sul suo **Tik Tok @ferdi.fe\_** trovate le sue ricette, ma al banco del **Kaori Experience** di Barletta ha creato, insieme alla sua collega **Arcangela Bizzocca**, una drink list ispirata alla figura femminile. Così Federica mi ha parlato del suo stile di miscelazione: *“Quando si pensa al lavoro del bartender spesso si pensa all’importanza della tecnica. Per me conta di più l’esperienza che si vuole offrire al cliente, quindi la cura, il primo sguardo accogliente, la dolcezza delle parole, le conversazioni interessanti che creano la bellezza del momento. Il cocktail è solo il culmine piacevole che accompagna il momento. Siamo tutti in grado di fare un buon drink, ma ciò che resta impressa è l’attenzione e l’empatia verso il cliente”*. III

Alessia Bellafante in pochi anni è diventata protagonista della miscelazione milanese al femminile.

## L'AUTRICE

Nata a Milano, **Fabiana Canella** eredita l’amore per l’ospitalità dal padre, titolare del bar di periferia dove trascorre la sua infanzia. Si iscrive all’Università, ma il richiamo del bancone è tale per cui non termina gli studi e decide di dedicarsi alla propria passione. Dopo aver frequentato la Flair Academy e aver studiato presso l’Associazione Italiana Sommelier, lavora per 10 anni in alcuni famosi locali a Milano (Langosteria, The doping Club, Pesa pubblica, Grand hotel et de Milan) e in Puglia (Borgo Egnazia). Oggi è Brand Ambassador per **Elephant Gin**.





**RACCONTI DAL PASSATO**

## **UNA STORIA, DUE PROTAGONISTI**

Jerry Thomas è considerato il padre del bartending moderno, ma per raccontare le origini della miscelazione e dei cocktail è necessario citare anche Harry Johnson, suo grande rivale e primo consulente nella storia del settore.

di **Jacopo Lancerin**



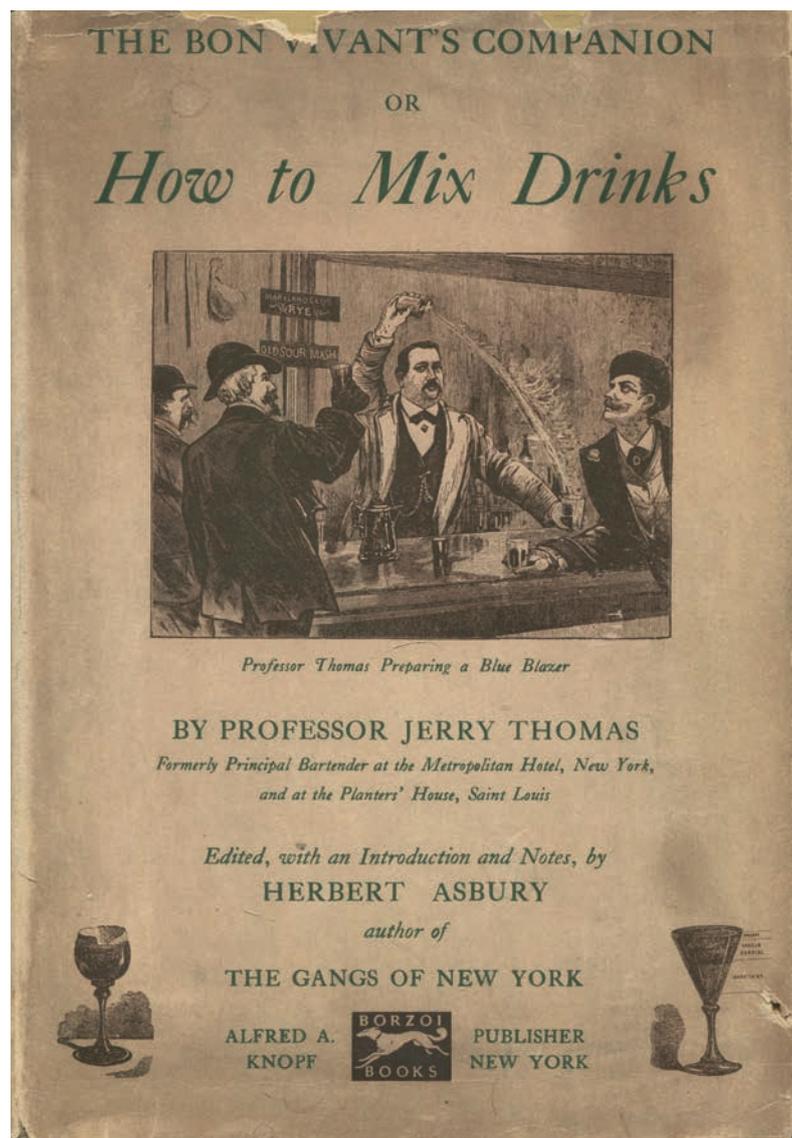
## IL PROFESSORE: DA BARMAN CLASSICO A FLAIR BARTENDER

Jerry Thomas nasce nel 1830 a Sackets Harbor (New York), dove impara il mestiere del bartender. Dedicò la prima parte della sua vita alla ricerca dell'oro e a fare il barista in giro per il sud degli Stati Uniti fino al 1851, quando, di rientro nella città di New York, decide di aprire un pub sotto l'American Museum di Barnum. Questo sarà il primo dei quattro locali che aprirà nella Grande Mela. Dopo aver gestito per un periodo il pub, torna on the road in America, diventando capo barman in saloon e alberghi di Saint Luis, Chicago, San Francisco, Charleston e New Orleans. Approda successivamente in Europa, portando con sé il suo personale set per la miscelazione, in argento e pietre preziose. Qui viene consacrato a livello mondiale, anche grazie alla notorietà acquisita per la sua capacità di intrattenere il pubblico. È infatti il primo a intuire che, oltre a servire un buon drink, è fondamentale intrattenere il cliente rendendolo partecipe del lavoro del barman e non più soltanto uno spettatore passivo. Crea dei veri e propri spettacoli mentre miscela: si esibisce nell'arte della giocoleria con bottiglie, tazze e shaker. Spesso indossa gioielli vistosi, così come eccentrica è la sua attrezzatura, realizzata con pietre e metalli preziosi. Soprannominato "il Professore", Jerry Thomas è la figura che definisce il barman come un professionista creativo. Tornato a New York dopo le sue esperienze in Europa diviene capo barman dell'Hotel Metropolitan prima di aprire, nel 1866, il suo più famoso Bar a Broadway, tra la 21° e la 22° strada, dove sarà il primo a esporre caricature di personaggi politici e teatrali e specchi deformanti. Verso la fine della sua vita gioca in borsa, a Wall Street, ma sarà l'inizio del declino: rovinatosi finanziariamente, è costretto a vendere il suo locale e a mettere all'asta tutte le sue opere d'arte. Cerca anche di aprire un nuovo bar, che però non ha la notorietà del precedente. Si spegne nel 1885 a New York, lasciando moglie e figlie.

Jerry Thomas e Harry Johnson sono i due protagonisti della storia della miscelazione. Vissuti nel XIX secolo negli Stati Uniti, hanno gettato le basi del bartending moderno.

**T**utto ha un inizio. Anche la storia della mixology. Quando si parla della nascita del bere miscelato, si fa normalmente riferimento al Professore Jerry Thomas, considerato il padre del bartending moderno.

Ma il racconto delle origini della miscelazione e dei cocktail non sarebbe completo se non parlassimo anche di Harry Johnson, grande rivale di Jerry Thomas e primo consulente della storia del bartending. Ripercorriamo le tappe salienti della vita di questi due personaggi vissuti nel XIX secolo negli Stati Uniti.



Nella sua guida, Jerry Thomas raccoglie i segreti del mestiere del bartender e innumerevoli ricette da lui inventate.

## LIBRI E COCKTAIL

L'appellativo "il Professore" va ricondotto in buona parte al fatto che Thomas fu l'autore del primo testo sui cocktail: **"The Bartender's Guide - How to Mix Drinks or The Bon-Vivant's Companion"**. Nella guida raccoglie i segreti del mestiere del bartender, prima di lui tramandati solo in forma orale, e innumerevoli ricette da lui inventate, tra cui il famosissimo **"Blue Blazer"**. Nel corso della propria vita Jerry Thomas aggiornò più volte le ricette del libro, creando nuovi drink come il **"Brandy Daisy"** o il **"Tom Collins"**, codificando anche intere famiglie di drink come i **Sour**, i **Fizz**, i **Flip** e i **Punch**. Prima di lui nessuno aveva mai defi-

nito uno standard di lavoro nel settore. Le sue miscele sono sopravvissute negli anni e ancora oggi vengono proposte da chi opera sui banchi dei bar più prestigiosi al mondo. Il suo lavoro e il suo manuale sono considerati un'icona della miscelazione storica. I suoi cocktail e le sue tecniche vengono tutt'ora utilizzate, nell'ottica di quella riscoperta del classico che da anni si è diffusa nel panorama internazionale della miscelazione.

## HARRY JOHNSON: DALLA CUCINA AL BAR

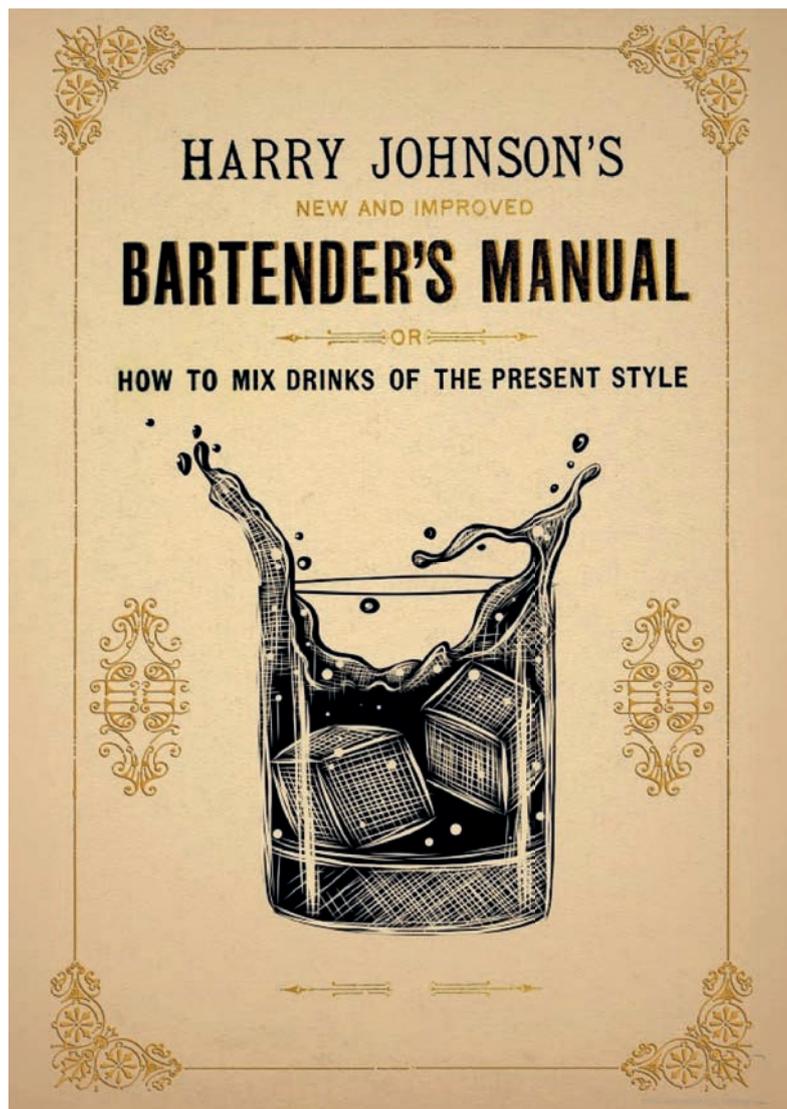
La storia della mixology moderna passa anche per la vita di Harry Johnson, grande rivale di Jerry Thomas e primo consulente per bar della storia. Harry Johnson nasce nel 1845 in Europa Nord Orientale, nei territori appartenenti alla Prussia. Si imbarca giovanissimo e comincia la sua carriera da marinaio. Nel 1861, però, dopo essersi rotto un braccio e un'anca, viene sbarcato a San Francisco per ricevere cure mediche. È qui che inizia la storia di Harry Johnson nella ristorazione. Una volta ripresosi dalla degenza, volta le spalle al mare e trova impiego come garzone di cucina presso l'**Union Hotel** di San Francisco, dove, successivamente, assume l'incarico di bartender e poi di direttore dell'hotel. In questo periodo conosce Jerry Thomas, che lavora all'**Occidental**, proprio dall'altra parte della strada. Otto anni più tardi decide di trasferirsi a Chicago, dove apre il suo primo bar. I clienti fanno la fila per entrare e lui diventa sempre più famoso, cominciando anche a scrivere articoli sui cocktail per i quotidiani locali. Il destino, però, gioca un brutto scherzo a Johnson: all'apice della sua carriera, nel 1871, un brutto incendio devasta Chicago e il suo locale. Harry decide allora di trasferirsi a New York, dove nel 1877 acquista il **Little Jumbo**, un famoso locale dove aveva lavorato anche il "Professore".

Non si sa da dove nasca l'odio reciproco tra i due protagonisti della storia della miscelazione, ma sono diversi gli aneddoti che parlano di una rivalità

molto accesa. Ad esempio, quando Harry Johnson prese in mano le redini del Little Jumbo, il Professore si premurò di specificare che non aveva alcun più legame con il locale. Nel 1880, invece, Thomas fece irruzione nel locale di Harry gettando a terra una bowl di un cocktail chiamato “Tom & Jerry”, tra l’altro inventato dallo stesso Thomas, accusandolo di incapacità e dicendo che quel drink andava servito solo quando la temperatura fosse andata sotto lo zero. Poco si sa riguardo gli ultimi anni della sua vita, se non che avrebbe viaggiato spesso in Europa e nella natia Germania, prima di morire nel 1936. Quel che è noto, però, è che grazie alla rivalità tra il Professore e Harry Johnson, due professionisti in grado di spingersi oltre per superarsi tra di loro, non avremmo il bar che conosciamo oggi, tecniche di miscelazione, famosi drink da twistare e molto altro: grazie, allora, al Professore e a Harry per aver fatto diventare il lavoro del bartender il più bello del mondo.

## LIBRI E CONSULENZE

“The Bartender’s Manual, or How to Mix Drinks in the Present Style”, scritto in inglese e tedesco, fu pubblicato da Harry Johnson nel 1882. Non volendo essere considerato “secondo” rispetto al rivale, Johnson disse che il libro era già stato da lui pubblicato nel 1860, due anni prima della guida di Thomas. Un fatto non provato e difficile da considerare attendibile, visto che a quell’epoca Harry aveva solo quindici anni ed era un marinaio. Ad ogni modo, il libro di Johnson è di grande rilevanza: esso contiene, oltre



ai ricettari, indicazioni su come diventare un valido bartender e come gestire un locale. Un primato da attribuire a Johnson, tuttavia, esiste: nel 1890 egli apre, infatti, un’agenzia di consulenza per la gestione dei bar e può essere considerato a tutti gli effetti il primo consulente della storia del bartending. III

Harry Johnson ha pubblicato nel 1882 “The Bartender’s Manual, or How to Mix Drinks in the Present Style”.

## IL BLUE BLAZER

Tra i drink più famosi creati da Jerry Thomas c’è il Blue Blazer, nato nella sala da gioco “El Dorado” di San Francisco. È una miscela di acqua calda e Whisky che il Professore incendiava e lanciava da un contenitore all’altro, creando una scia di fuoco di colore blu. Con il Blue Blazer, Thomas ha dato vita a una nuova tecnica: il Throwing.





**AGOSTINO PERRONE E GIORGIO BARGIANI**

## **QUESTIONE DI STILE**

Incontro con Agostino Perrone e Giorgio Bargiani, interpreti perfetti di una miscelazione elegante e ricercata, alla guida del Connaught Bar di Londra.

di Luca Tesser

**È** il tempio della miscelazione a cinque stelle e a guidarlo sono due bartender italiani di fama mondiale: parliamo del Connaught Bar di Londra e di Agostino Perrone, Director of Mixology, e Giorgio Bargiani, Assistant Director of Mixology. Perrone e Bargiani, che dirigono il Connaught insieme alla Bar Manager Maura Milia, sono due icone di stile e rappresentano l'anima di un cocktail bar che figura tra i più premiati al mondo.

Classici ma contemporanei, tradizionali ma innovativi, sono gli interpreti perfetti di una miscelazione, e di un'ospitalità, elegante e ricercata.

**Come siete arrivati a Londra e come siete approdati al Connaught?**

**A.P.** | Sono arrivato a Londra nel 2003, lasciando Como alla ricerca di un respiro internazionale e di esperienze nel mondo bar londinese, da sempre una destinazione all'avanguardia nella mixology. Ho avuto esperienze in diversi bar indipendenti e molto creativi già in quegli anni e, soprattutto, ho costruito una rete di amicizie e conoscenze che mi hanno insegnato e incentivato moltissimo a livello di sviluppo professionale e di creazione di un mio stile. Il **Connaught** è entrato in gioco in maniera inaspettata: racconto sempre di quanto, all'inizio, non avessi colto questa opportunità molto seriamente. Nel 2008 la scena bar di Londra era in pieno fermento, tante erano le personalità che vi convergevano e ancor di più le influenze, specialmente dagli Stati Uniti. Il mio nome iniziava a essere noto nel mondo della mixology, sia londinese che internazionale, e il mio mood dell'epoca era molto creativo e indipendente. L'idea di guidare l'apertura di un locale importante come il **Connaught Bar**, in un hotel di lusso iconico, era veramente lontana dalle dinamiche lavorative che conoscevo. Invece mi sono lasciato convincere, ho percepito la visione e visto l'opportunità che si prospettava. Ho capito che il Connaught Bar avrebbe cambiato le dinamiche e la cultura degli hotel bar, che avrei potuto portare il mio tocco, ma anche che avrei potuto imparare molto. E così è stato: il mio mondo e il mondo dell'hotellerie a cinque stelle si sono incontrati. Il Connaught Bar ha cambiato le regole degli hotel bar, integrandovi innovazione e creatività, ma sempre mettendo l'ospite al centro dell'esperienza.

Il Connaught è fra i locali più ricercati e premiati al mondo, un tempio della mixology a cinque stelle.



# BÈRTO

ANTICA DISTILLERIA

# QUAGLIA

EST. 1890

*distilleriaquaglia.it*



**G.B.** | Dico sempre che il mio destino professionale era scritto nel mio cognome, Bar-giani, ma il Connaught no: il Connaught è stato un obiettivo, che ho desiderato e perseguito. Venivo dal mondo dei locali in Toscana e dell'hotellerie di lusso, Lo **Splendido** a Portofino e **Le Manoir Aux Quat'Saison** in Oxfordshire. Conoscevo Ago di fama e il Connaught Bar era uno di quei posti che sognavo come l'inizio di un percorso volto all'eccellenza e alla creatività. Tramite un amico che lavorava già nell'hotel, ho avuto l'opportunità di fare un colloquio e poi una prova come barback. Era piena stagione a Portofino, ma in meno di 24 ore sono riuscito a organizzare un viaggio a Londra per iniziare quella che sarebbe diventata la mia nuova vita. Meno di un mese dopo, era il settembre 2014, entravo a far parte del team del Connaught Bar.



Il team del Connaught Bar di Londra

#### Qual è l'ingrediente segreto del Connaught? Che cosa vi rende così unici?

**A.P.** | Il fatto che la dedizione all'accoglienza non sia un semplice valore di cui ci facciamo ambasciatori, ma una vera e propria cultura, che ci rappresenta e contraddistingue in tutti i nostri tratti, gesti e idee, nel lavoro e non solo. Non si tratta solo di prendersi cura dei clienti, ma di riuscire a creare dei momenti indimenticabili, far sentire le persone uniche e speciali. Per farlo è necessario saper coordinare sapientemente persone e altri elementi. Il fatto che ogni giorno, da più di 15 anni, al Connaught Bar un ospite possa avere la garanzia di ritrovare un certo livello di accoglienza ed esperienza, dà un'idea del set di valori che condividiamo come team e di quanto riuscito e preciso sia il nostro gioco di squadra.

**G.B.** | Ci contraddistingue il fatto di riuscire a stupire sempre, senza però cambiare mai la nostra essenza. La continuità dei nostri valori e del nostro stile sono i capisaldi della riuscita del Connaught Bar, così come lo sono la ricerca di innovazione e la spinta creativa che con costanza teniamo in vita. La creazione di nuovi cocktail - che siano stagionali o che cambiamo su base annuale nella cocktail list - è uno dei veicoli principali di questa spinta e dell'interazione che creiamo con i nostri ospiti. Tutto il team contribuisce con ricerca e sperimentazione, non solo nel mix di ingredienti e tecniche, ma anche in nuovi tipi di garnish, bicchieri o tool che esprimano una storia nuova e speciale, con cui gli ospiti si possono relazionare. In questo senso evolviamo sempre per stupire, ma manteniamo invariato il nostro tocco. È un po' come se avessimo una sezione aurea in mixology.

Il cocktail No.11 della drink list del Connaught

#### Che cosa significa essere ai vertici della miscelazione mondiale?

**A.P.** | Essere ai vertici è un traguardo importante per un team che è cresciuto negli anni e che non ha mai perso di vista i valori fondamentali dell'arte di fare accoglienza e miscelazione. Ci ha messi sicuramente nella posizione di realizzare l'importanza e l'influenza che il nostro lavoro poteva avere anche per altri locali e professionisti in tutto il mondo e ci ha portati quindi a riflettere su come continuare a portare avanti la nostra etica lavorativa. La gratificazione è stata tanta e ha creato una sorta di stimolo extra, come a conferma del fatto che stessimo lavorando bene. Quando raggiungi un traguardo, lavorativo e personale, il primo pensiero è di pensare subito al successivo.



**DIS** IS OUR ICONIC GODFATHER



**DISARONNO®**  
O R I G I N A L E

DISTRIBUTORE

ILLVA SARONNO S.p.A. Via Archimede, 243 - 21047 Saronno (VA)  
Tel. +39 02 967651 - e-mail: [contatti@illva.com](mailto:contatti@illva.com)

**G.B.** | Uno degli aspetti più belli di questo lavoro è far parte della bar community, una rete di colleghi e amici a livello internazionale che non ha pari. Indubbiamente, questa è cresciuta a dismisura negli ultimi anni, mettendoci a contatto con grandi creativi, imprenditori ed eccellenze, nel nostro settore e non solo.

**Una delle caratteristiche che vi accomuna è l'eleganza: quanto la considerate indispensabile nel lavoro e quanto questa immagine elegante vi rappresenta al di fuori dell'ambito professionale? Come dire: vestite il doppiopetto solo dietro al banco o anche fuori?**

**A.P.** | Per il genere di bar e hotel che rappresentiamo l'eleganza è un fattore fondamentale ed è anche diventata sinonimo del nostro modo di fare hospitality. Si ritrova a livello estetico, ma anche nel body language, nel modo di parlare e rivolgersi alle persone, nell'attenzione che si ha nel calibrare il linguaggio...

**G.B.** | Rispondo sulla seconda parte: usiamo il doppiopetto molto spesso anche fuori dal locale, dal momento che sono molte le occasioni in cui rappresentiamo il Connaught Bar a eventi internazionali. Certo, anche noi poi, ogni tanto, ci rilassiamo e vestiamo una tenuta che definirei *"always with style and a smile"*!

**Escludendo il Martini, qual è il cocktail a cui siete più legati?**

**A.P.** | Il **Mulata Daisy**. È uno dei masterpiece del Connaught Bar, ma anche un cocktail con cui ho vinto un'importante cocktail competition e che è diventato un modern classic. Si tratta di un twist sul **Mulata Daiquiri**, che contiene alcuni dei sapori che mi porto dietro dall'infanzia, con ingredienti importanti del mio percorso professionale.

**G.B.** | Il **No.11**, ovvero un tributo al Connaught Martini, che mette insieme tutte le varianti che poniamo sul **Martini Trolley** e aggiunge un tocco artistico alla creazione. Lo abbiamo creato per l'undicesimo anniversario del Connaught Bar e il nome si rifà alle serie numerate di **Jackson Pollock**, con pigmenti edibili che abbiamo usato per dipingere le coppette.

**In conclusione, che cos'è per voi la miscelazione?**

**A.P.** | Nel mio caso, è una passione che diventa arte.

**G.B.** | Per me, è l'arte di far appassionare. 

### CHI È AGO PERRONE

Comasco, arriva a Londra nel 2003 alla ricerca di un'esperienza professionale internazionale e avvia una carriera che lo porta a essere, oggi, una delle personalità più influenti del settore. Icona di stile e ospitalità italiana, Perrone ha rivoluzionato il mondo degli hotel bar, abbinando al servizio a cinque stelle la creatività e l'innovazione tipici dei cocktail bar indipendenti. Dal 2008 dirige il **Connaught Bar**, uno dei templi della mixology. Tra i tanti riconoscimenti che ha ricevuto negli anni ricordiamo il **Bar Personality of the Year a Imbibe Awards 2017**, l'**Industry Icon ai World's 50 Best Bars 2022** e l'**International Bar Mentor of the Year a Tales of the Cocktail 2023**.



### CHI È GIORGIO BARGIANI

Durante gli studi universitari e dopo la laurea, Giorgio intraprende il suo percorso in bar e locali della Toscana, seguendo una tradizione di famiglia: i Bargiani hanno infatti un'osteria nel centro storico di Pisa. Dopo avere fatto esperienze importanti nell'hotellerie di lusso, **Lo Splendido** di Portofino e il **Le Manoir aux Quat'Saison** di Oxford, approda, nel 2014, al **Connaught Bar**. Grande spirito creativo e comunicatore, diventa il braccio destro di Perrone prima come Head Mixologist e poi come Assistant Director of Mixology. Oggi è uno dei bartender più innovativi e in rapida ascesa sulla scena internazionale della mixology: nel 2019 è stato inserito nella prestigiosa lista **"30 Under 30"** della piattaforma **Code Hospitality** ed è stato nominato **International Bartender of the Year a Tales of The Cocktail's Spirited Awards 2023**.



# 1930 COCKTAIL BAR

LO SPEAKEASY ABBOTTONATO DI MILANO

di Carolina Mirò

Il 1930 è curato in ogni dettaglio: poltrone di velluto, salottini privati in ogni angolo, abat-jour, armadi, cassettoni, grammofoni, un pianoforte e un bancone in legno a regnare sulla scena.



**C**hi lo conosce bene lo definisce come sinonimo di “*eleganza assoluta, velleità e moda*”: è il **1930 Cocktail Bar**, noto anche per essere il **secret private club più famoso d’Italia**, punto di incontro milanese di soci, esperti e appassionati dell’alta miscelazione.

Nato nel 2013 per iniziativa di **Gruppo Farmily**, il **1930 Cocktail Bar** è uno speakeasy dall’atmosfera retrò. Pochi sanno dove si trova, eppure è conosciuto in tutto il mondo. Come vuole la tradizione degli speakeasy, infatti, il suo indirizzo è noto solo a pochi eletti: per accedervi è necessario instaurare un rapporto di amicizia con i soci di Farmily. E per amicizia si intende una relazione che va curata e coltivata nel tempo. Il locale è gestito da **Benjamin Fabio Cavagna**. È lui l’anima di questo luogo dal fascino misterioso, dove ci si può rilassare, godere un buon drink leggendo un libro o ascoltando musica dal vivo. Ispirato all’e-

ra del proibizionismo e ai ruggenti Anni Venti, il 1930 è curato in ogni dettaglio: poltrone di velluto, salottini privati in ogni angolo, abat-jour, armadi, cassette, grammofoni, un pianoforte e un bancone in legno a regnare sulla scena.

### TRA I MIGLIORI AL MONDO

Tra i più famosi secret bar del mondo, il 1930 è nato da un’idea di **Flavio Angiolillo** e **Marco Russo** ed è divenuto nel corso degli anni un punto di riferimento della miscelazione globale. Nel cuore di Milano, questo locale rappresenta un’eccellenza invidiabile per qualità e servizio. Non provate nemmeno a cercare l’indirizzo perché, come già detto, è segreto, così come non troverete nessuna insegna all’esterno: l’ingresso è una sorta di bottega e vi assicuro che non vi verrà, passandoci davanti, minimamente l’idea che in quel luogo si celi un blasonato speakeasy. Elegante e intimo, il “30”, come viene chiamato dagli habitués, è un

Elegante e intimo, il ‘30’, come viene chiamato dagli habitués, è un luogo in cui rilassarsi, godere un buon drink leggendo un libro o ascoltando musica dal vivo.



Il piano inferiore del 1930 è estremamente curato; le pareti hanno mattoni a vista e l'atmosfera è fumosa e intima.

simbolo dell'alta miscelazione, un luogo dove la sperimentazione e la ricerca sono fondamentali, così come l'attenzione al classico. Entrando nel locale troverete una prima sala arredata minuziosamente fra mobili d'epoca e velluti, con il banco sulla stanza di destra, piccolo e sontuoso. Scendendo per una scala si accede al piano inferiore, anch'esso estremamente curato, con le sue pareti a mattoni a vista e con un'atmosfera differente, più fumosa e intima. Il 1930 fa parte della grande famiglia del Mag Café ed è nato proprio con lo scopo di dare una "casa" più intima agli amici e appassionati di miscelazio-

ne del noto locale milanese. Potremmo definirlo anche come il "salotto buono" di Family, che rappresenta la massima espressione di un'eleganza ricercata e raffinata. Benjamin Cavagna, Bar Manager, è un perfetto padrone di casa, cerimoniere e alto sacerdote di questo tempio della miscelazione, presente in tutte le più importanti classifiche del mondo. Indubbiamente il 1930 è uno di quei locali che hanno fatto la differenza durante la cosiddetta "rinascita del classico" o, se preferiamo, nella Speakeasy Era italiana. L'eleganza e il servizio sono impeccabili, ma senza esagerazioni: al '30 ci si sente

a casa, trattati in modo familiare senza troppa attenzione all'etichetta, ma coccolati in un ambiente di grande gusto. La miscelazione è sublime, sofisticata e in grado di stupire anche i palati più raffinati. La ricerca è uno dei punti fermi al 1930, una sperimentazione che rimane pur sempre legata ai cardini di un'eleganza dal sapore classico.

## CHE COSA SI BEVE?

Il 1930 Cocktail Bar offre un ottimo assortimento di Whisky e la sua drink list cambia stagionalmente, proponendo cocktail sempre all'avanguardia, studiati e presentati in maniera sofisticata e creativa. La drink list proposta attualmente si chiama Europa ed è ispirata all'invenzione che ha rivoluzionato la storia: la nascita della stampa. Protagonista di Europa è un esclusivo "inchiostro" alcolico aromatizzato al **Bitter Fusetti** che, grazie anche a un timbro creato dallo staff del 1930, è stato utilizzato per stampare il menù su una speciale carta edibile. I quindici cocktail della lista si ispirano a luoghi e tradizioni del Vecchio Continente. Così, se il **Baklava** è un cocktail tributo alla zona dei Balcani e della Persia, che ricrea il dolce tipico con cannella, frutta secca, arance e succo di limone al biscotto, il **Dolomites**, che celebra il Centro Europa come territorio dove si è combattuta la Prima Guerra Mondiale, ha un sapore salino, grazie ad una soluzione realizzata con minerali presenti su queste montagne. O, ancora, l'**Iberic Mead**, con una base alcolica di Sherry, ha un sapore aspro-acido che riporta in Spagna, mentre il **Pulcinellas Secret** è strettamente legato al Sud Italia e contempla alcuni ingredienti necessari per la preparazione dei dolci tipici della tradizione meridionale: il babà, i cannoli e la pastiera. Non manca nemmeno un richiamo alla Scozia e al suo insaccato tipico con lo **Scottish Haggis**: una variante dell'**Old Fashioned** con uno sciroppo fatto con l'Haggis. E qui il sapore è forte e deciso. 



Il Pulcinellas Secret è il cocktail della drink list Europa che si ispira alla tradizione pasticceria del Sud Italia.

Benjamin Fabio Cavagna, manager del 1930 Cocktail Bar.



# FIRENZE

## UNA MISCELA ELEGANTE DI TRADIZIONE E MODERNITÀ

di Chiara Cossu

È la culla del Rinascimento, la città di Dante e dei Medici. Bella e immortale, Firenze è una città dove fascino ed eleganza si esprimono al massimo livello anche nella miscelazione. Mixology Mag è andato alla ricerca dei cocktail bar che meglio esprimono l'eccellenza della miscelazione fiorentina, visitando locali tutt'altro che scontati in quanto a qualità e capaci di esprimere al meglio sia la tradizione che la modernità.



TOSCANA

## CAFÉ GILLI

Mi trovo in Piazza della Repubblica, a due passi dal Duomo. Il **Gilli** è il Café più antico di Firenze (1733), anche se la location attuale con i suoi sontuosi arredi è aperta dal 1917. La sua storia è indissolubilmente legata alla storia del cocktail fiorentino per eccellenza, il **Negroni**, e il suo nome è legato a quello di **Luca Picchi**, massimo esperto della storia del cocktail creato dall'omonimo Conte. Impeccabile ed elegante, la sua drink list, a opera di **Luca Manni** e del suo team, è particolarmente votata al classico. La serata fiorentina di Mixology Mag è iniziata qui, bevendo un Negroni perfetto, seguito da una sua variante, l'Insolito, nel quale china e caffè riescono a impreziosire il cocktail con sfumature piene e corpose.



## MANIFATTURA

Questo cocktail bar mi ha decisamente stregato. La bottigliera è completamente italiana, non ci sono Whisky, Agave, Rum, né altri prodotti che non siano realizzati sul territorio nazionale: questa sua caratteristica dona alla miscelazione, di altissimo livello, la capacità di stupire con sfumature intriganti e mai scontate. Situato in Piazza di S. Pancrazio, il locale è vintage, di carattere, ben studiato da **Davide Campagnolo** e i suoi soci, **Paolo Anania** e **Michele Guida**, artefici di un concetto differente di cocktail bar che ci riporta indietro nel tempo, facendoci riscoprire sapori dimenticati e ricordandoci la grandezza di un territorio che ha tanto da raccontare. Ho provato un **Puerto Escondido** e il suo sentore di peperone mi ha riportato a un nitido ricordo d'infanzia: il profumo dei peperoni arrostiti della nonna. Dopo questo drink, assolutamente emozionale, siamo passati al **Fitzcarraldo**: elegante ed equilibrato, nello stile di un classic cocktail; anch'esso ha una grande capacità evocativa. **Manifattura** è sicuramente un'eccellenza della miscelazione fiorentina, un locale capace di entrarti nel cuore proprio perché ha il potere di emozionare. E non solo attraverso i cocktail: anche con l'accoglienza e l'ospitalità.



# 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.

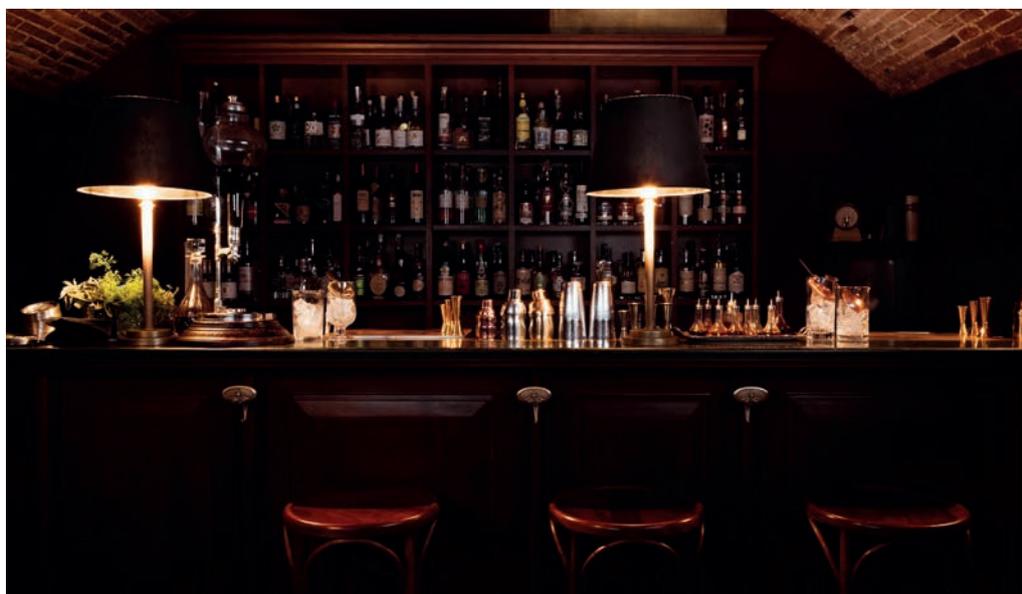
## LOCALE

Situato all'interno di **Palazzo Concini**, in via delle Seggiole, **Locale** è, senza alcuna esagerazione, magnifico in ogni aspetto. La location storica, frutto di un restauro sapiente e curato in ogni dettaglio, vi condurrà all'interno di un viaggio nella storia. La zona superiore è del Cinquecento. Il bancone e lo spazio bar sono stati ricavati da un cortile interno, affiancato da magnifiche sale affrescate che, arredate in modo impeccabile giocando sull'equilibrio fra moderno e antico, sono il segno indelebile del prestigio della famiglia Concini. Il piano inferiore, che risale al 1200 ed è utilizzato perlopiù per eventi privati, è altrettanto spettacolare: qui si trovano le cucine originali, la sala da pranzo, la lavanderia e il forno, che è il più antico di Firenze. La drink list, che fa della stagionalità un elemento determinante, è strepitosa. Mi hanno colpito, in particolare, **Oliva**, un gioco di equilibri perfetti che abbina un distillato di olive, Sherry, Dry Vermouth e limone, e il fresco e intrigante **Limone**, con distillato di coriandolo, essenza di limone e CO<sub>2</sub>. La gentilezza e la passione di **Faramarz Poosty**, General Manager, di **Alessandro Mengoni** e dell'intero staff mi hanno fatto sentire a casa in questo locale unico e affascinante, che rappresenta a pieno l'eleganza e l'ospitalità che si addice a un top bar di livello internazionale.



## RASPUTIN

Speakeasy nel cuore di Firenze, nei pressi di Santo Spirito, il **Rasputin** è un Secret Bar e, quindi, non così semplice da trovare. Un tempo vi si accedeva attraverso una nicchia che si apriva nel muro, mentre ora una porta rende l'accesso al locale meno ostico. Si scende da una ripida scala e si entra nella sala sottostante, riccamente arredata in uno stile fiorentino che richiama il 1800 e dà l'impressione di fare un salto nel tempo. Il locale è piuttosto buio, illuminato solo da candele, e occorre prestare attenzione al pavimento per non inciampare in qualche tappeto. Nella drink list, ampia e decisamente improntata sul classico, spicca un **Vieux Carré** di alto livello. La selezione di Whisky è eccezionale: sono molte le etichette rare e vintage. Cordiale ed elegante, il servizio è altrettanto all'altezza.



## **DISTILLAZIONE**

# ANCORA UN ALTRO GIN

di Giovanni Campari

Ogni giorno nascono nuove marche di Gin, ma la moda del Gin è ancora in voga? Quali sono le tipologie di Gin e come vengono prodotte? Impariamo a conoscerle.



**P**ratamente ogni giorno assistiamo attraverso Instagram e Facebook alla nascita di una nuova marca di Gin, con inserzioni sponsorizzate, bottiglie stravaganti, etichette più o meno accattivanti, contenuti che si sforzano di attirare l'attenzione di un pubblico che sembrerebbe non aspettare altro che provare un "nuovo Gin".

Ci sono poi locali che fanno a gara per avere la più ampia selezione di **Gin**: ne conosco uno che ne ha quasi 500 e il suo titolare pubblica costantemente storie e reels in cui decanta le caratteristiche dell'ultima bottiglia che ha avuto sottomano, addirittura un Gin prodotto con botaniche cresciute su escrementi di elefante. Io mi pongo una semplice domanda: abbiamo davvero bisogno di tutta questa novità? Ovvero, il mercato richiede questi prodotti, oppure sono solo dei pretesti per dare al barman di turno una storia stravagante da raccontare? Ma se ci fermiamo alla storia, seppur parte importante della vendita al bancone, o alla presentazione della bottiglia, il contenuto non rischia di cadere in secondo piano? La moda del Gin è ancora così in voga? E quale è il suo pubblico? Lascio ad altri il compito di dare risposta a queste domande, ma cerchiamo perlomeno di fare chiarezza e spiegare perché i Gin non sono tutti uguali.

## TIPOLOGIE DI GIN

Esistono sostanzialmente due tipologie di Gin: i **Gin distillati** e quelli **non distillati** (nell'UE il riferimento normativo per i Gin è il Regolamento Europeo 110 del 2008). Tutti i Gin vengono prodotti a partire da un alcol neutro (dovrebbe essere perlomeno un **NGS, neutral grain spirit**, cioè un alcol proveniente da cereali), che costituisce una parte importante della materia prima del Gin: deve essere neutro, cioè pulito al gusto e all'olfatto, e non avere tracce di sostanze aromatiche volatili derivate dalla fermentazione alcolica da cui ha avuto origine. Idealmente, dovrebbe essere puro quasi come una buona Vodka. Questo alcol generalmente si acquista da distillerie specializzate nella produzione di NGS, che hanno impianti continui a colonna deputati a questa produzione specifica. Alcune distillerie di Gin se lo producono direttamente, ma sono casi piuttosto rari.

## I DISTILLATI: DRY GIN

A differenza di quasi tutti gli altri distillati, i Gin non provengono da una fermentazione che ne determina le caratteristiche organolettiche, ma vengono costruiti su una base di NGS attraverso l'utilizzo di botaniche, ginepro ed altre erbe, frutti, fiori o spezie, che vengono immerse in una soluzione idroalcolica e distillate in un alambicco. Gli oli essenziali contenuti nelle botaniche sono estratti dalla parte alcolica; ciò che avviene grazie alla distillazione è la separazione dalla parte acquosa della parte alcolica e con essa il trasporto delle componenti aromatiche (Ndr: vedi l'articolo *Distillazione sul numero 2 di Mixology Mag*). Nei Gin distillati, detti anche **Dry Gin**, è necessario partire da una distillazione perlomeno del ginepro, che può essere "corretta" aggiungendo oli essenziali al distillato. Rispetto ai **London Dry**, questi Gin hanno un disciplinare molto più flessibile: sono, in pratica, dei Gin a cui si possono aggiungere altre sostanze aromatiche alla fine della distillazione. In alternativa è permesso anche distillare diverse botaniche separatamente e poi assemblare i distillati tra loro (*distilled compound*). All'interno

Esistono due tipologie di Gin: distillati e non distillati.





La finezza di un Gin distillato con maestria e arte non sarà mai paragonabile a nessun Gin Compound, perché nel Gin distillato gli aromi si fissano in modo molto più stabile.

raggiungere la gradazione desiderata per l'imbottigliamento, che deve essere uguale o maggiore di 37,5% ABV.

## I NON DISTILLATI: COMPOUND

I Gin non distillati sono i cosiddetti **Compound**, Gin ottenuti a partire da un NGS a cui sono state aggiunte delle sostanze aromatizzanti. I Compound sono sostanzialmente di due tipi: i **Bath tub Gin** e i Compound veri e propri. I primi, il cui significato letterale è "Gin della vasca da bagno", sono prodotti con una tecnica utilizzata durante il periodo del proibizionismo: il distillato NGS viene messo in infusione a freddo con il ginepro e le altre botaniche. In pratica, è come se si trattasse di un London Dry non distillato. La macerazione conferisce sapori e aromi per infusione, ma anche colore; dopo un certo periodo di tempo il liquido viene filtrato ed eventualmente rettificato, per essere poi imbottigliato. Questi Gin hanno una colorazione tendente al giallognolo e a volte non sono perfettamente limpidi. I Gin

Compound, invece, sono sostanzialmente degli NGS a cui sono stati aggiunti aromi sotto forma di olii essenziali: non occorre nemmeno filtrare, ma solo diluire l'NGS con acqua per portarlo al grado desiderato e imbottigliare. Questo è il metodo di produzione più in voga negli ultimi anni, per ragioni molto semplici: costa molto meno di un Gin distillato (non bisogna distillare, perciò si hanno costi energetici pari quasi a zero) e non c'è il problema dello scarto delle code, quindi si hanno rese maggiori. Tuttavia, a mio avviso, la finezza di un London Dry distillato con maestria e arte non sarà mai paragonabile a nessun Compound, perché nella distillazione si va a ripulire ulteriormente il distillato NGS di base e gli aromi si fissano in una maniera molto più stabile e integrata rispetto a quelli aggiunti in un Compound.



## DILUIZIONE E FILTRAZIONE

Il “cuore” della distillazione di un Gin distillato viene generalmente diluito e filtrato prima di essere imbottigliato. La diluizione viene fatta con acqua pura avente pochi sali disciolti, meglio se demineralizzata. Una volta diluito, può accadere che il Gin si intorbidisca o assuma delle sfumature tendenti all’azzurro: questo effetto è dovuto all’instabilità degli olii essenziali e di alcune sostanze poco solubili e si verifica maggiormente a basse temperature. Può accadere anche che l’instabilità di questi composti colloidali, il cosiddetto “chill haze”, vada a precipitare creando un piccolo sedimento bianco sul fondo della bottiglia. Per ovviare a questo inconveniente si è soliti filtrare a freddo il Gin (N.d.A: avviene anche per molti altri distillati), infatti, a temperature inferiori allo zero, le sostanze oleose cristallizzano e vengono trattenute dalla membrana di un filtro. Minori sono le temperature di filtrazione e più piccoli i pori della membrana e maggiore sarà l’allontanamento di queste sostanze, ma anche maggiore sarà la perdita di composti aromatici. Perciò è molto importante che un distillatore abbia bene in mente il prodotto che vuole ottenere già prima di andare in alambicco; il che significa disegnare la ricetta in funzione anche del tipo di trattamento di stabilizzazione che si vuole eseguire.



## QUALE FUTURO?

Molti affermano che quella dei Gin sia una moda destinata a finire, mentre alcuni dicono che siamo già nella fase calante. Eppure, il settore del Gin non dà segni di debolezza, continua a crescere, seppur con un ritmo leggermente minore di qualche tempo fa, ed è stato per anni il prodotto trainante della crescita del comparto spirits a livello globale. Oggi in Italia abbiamo circa 900 marche di Gin. Ma qual è il futuro di questo distillato? Il Gin è così diffuso perché è relativamente facile da produrre, soprattutto nel caso del Compound: si potrebbe fare con attrezzature minime, addirittura a livello domestico. Molte piccole distillerie o liquorifici si offrono per produrre in conto terzi, persino via internet è possibile richiedere un Gin personalizzato e sceglierne le botaniche (sic!). Questo scenario è avvilente per chi il prodotto lo fa con cura, attenzione, ricerca e passione, ma, del resto, è il mercato che decide. E se il mercato richiede la costante novità, è normale che nascano in continuazione nuove marche di Gin, prodotti con l’ingrediente più stravagante, che offra un argomento di vendita. Non sappiamo che evoluzioni avremo nel futuro, ma ritengo che le aziende che sapranno mantenere la qualità e comunicare con coerenza i valori del proprio brand saranno quelle che avranno più chance di restare sul mercato. III

Il settore del Gin non dà segni di debolezza e continua a crescere, seppure, negli ultimi tempi, a un ritmo minore.

## 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 Birrifico del Ducato al gruppo **Duvel- Moortgat** e si dedica a **Terra Wild Spirits**, il suo progetto di distillare piante selvagge che crescono spontanee. Inizia nel 2021 con Gin Terrae, tre London dry gin da botaniche selvatiche raccolte a mano in tre regioni italiane e prosegue nel 2023 con i distillati **Padres de la Tierra** prodotti in Messico: un Sotol, un ensamble Cenizo e Sotol e un destilado de Agave Azul. È stato il primo europeo a produrre un Sotol in **Messico**.





**WHISKY**

## **IL LAVORO SARTORIALE DI UN IMBOTTIGLIATORE INDIPENDENTE**

Ultimi romantici in un mondo dominato da multinazionali e grandi fondi, noi imbottiglieri indipendenti siamo coloro che, come segugi inebriati da una traccia nel bosco, seguono il loro istinto e il loro gusto per scoprire e proporre uniche botti di Whisky, Rum e qualsiasi distillato abbia una storia da raccontare.

**di Federico Mazzieri**



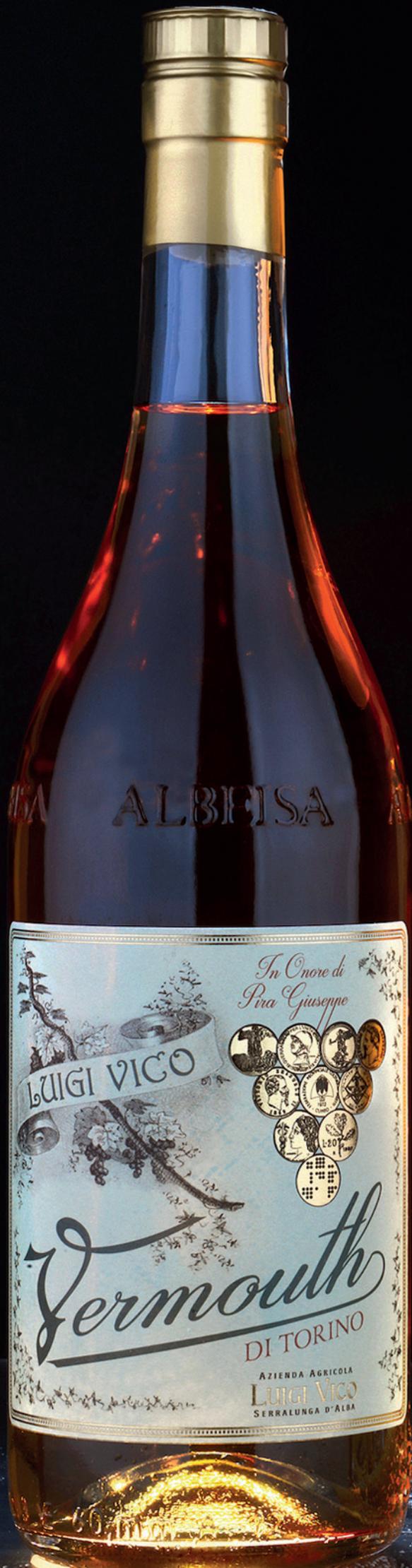
**S**iamo spiriti liberi, siamo italiani, siamo sognatori e, sopra ogni cosa, siamo perdutamente innamorati della bellezza della vita. Ricerchiamo il bello, il buono e la meraviglia in ogni cosa che incontriamo, che sia una bottiglia di vino, un tessuto, una cena tra amici o un paesaggio.

Ed è questa sensibilità che, se costantemente allenata e stimolata, ci consente di svolgere il nostro lavoro con tanta devozione. Acquistare e imbottigliare una botte di **Whisky** è estremamente semplice: basta bussare alle porte di un broker o di un magazzino, avere disponibilità economiche sufficienti e scegliere da un listino il nome della distilleria e l'età del Whisky che si preferiscono. Si riceve e si assaggia il campione, si invia il file dell'etichetta e si riceve dopo qualche settimana il proprio Whisky imbottigliato e pronto per la vendita. Purtroppo, negli ultimi anni, il processo è diventato ancora più facile grazie alla digitalizzazione e alla crescente domanda mondiale di questo magnifico distillato e, proprio a seguito di questa semplificazione, sono sempre di più gli imbottigliamenti che si differenziano, sì, per l'etichetta, ma i cui Whisky sono estremamente simili e di poco spessore. C'è un motivo per cui, spesso, questa tipologia di bottiglie non regala grandi emozioni: vi siete chiesti perché è tutto così semplice? Perché il Whisky in questi casi è spesso l'ultimo scarto della filiera, quasi sempre affinato in botti esauste, che nulla più hanno da donare al distillato, se non l'età da poter riportare sull'etichetta.

## IL NOSTRO WHISKY È DIFFERENTE

Ecco, noi e tutti coloro che hanno scelto di intraprendere questo mestiere in maniera autentica e professionale, lavoriamo in maniera differente e cerchiamo di creare una nostra identità di stile e di gusto, che consente agli appassionati di tutto il mondo di riconoscere le nostre selezioni e, soprattutto, di degustare Whisky sempre differenti tra loro, con l'obiettivo di suscitare, a ogni sorso, un'emozione o rievocare un ricordo. Tutto parte dalla scelta del magazzino nel quale affinare le nostre botti: è fondamentale che esso rispecchi delle caratteristiche tecniche funzionali a garantire il miglior invecchiamento possibile del Whisky.

Nel nostro caso, ne abbiamo tre differenti: il primo è un dunnage nello Speyside scozzese, con mura in pietra, tetto in ardesia e pavimento in terra battuta, che consente il perfetto livello di umidità. Questo magazzino accoglie solo tre file di botti in altezza, un'organizzazione essenziale per un ottimo invecchiamento. Il secondo si trova in Irlanda del Nord, è anch'esso tradizionale e senza controllo della temperatura, in modo che il cambio del clima possa consentire al Whisky di evaporare ed estrarre sentori dal legno in maniera differente durante l'anno. Il terzo si trova in Liguria: qui affiniamo Whisky e distillati che provengono dal resto del mondo, dove più sperimentiamo utilizzando legni inusuali e dove amiamo andare anche solo per trascorrere del tempo immersi tra i profumi delle botti, a cercare ispirazione per nuovi progetti.



La domenica, dopo la Santa Messa, accompagnavo il nonno Gepin all'ostu di Serralunga d'Alba per un Vermouth con gli amici. Lì ho scoperto la ricetta a base di Moscato con assenzio e altre erbe. Sentori di cardo mariano, che cresce in vigna spontaneamente... Ora a voi l'assaggio, a me il compito di custodire il segreto della ricetta.

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





## ATTENZIONE ALLA FASE DI ACQUISTO

Quando acquistiamo una botte di Whisky ci rivolgiamo a distillerie, magazzini di affinamento e broker che nel loro portafoglio hanno migliaia di barili di differenti annate, distillerie, dimensioni e qualità di legno. A volte l'offerta dura talmente poco che non si ha nemmeno il tempo di assaggiare lo spirito che si sta acquistando. Ma, allora, l'acquisto di un barile è solo una questione di fortuna o di rapporti commerciali? No, anzi. L'acquisto del barile è l'inizio di una bellissima storia. Ma facciamo un passo indietro: perché si compra un barile invece che un altro? Dapprima bisogna conoscere profondamente la distilleria da cui proviene: questo ci può essere di grande aiuto, in quanto la forma dell'alambicco determina il carattere dello spirito che ne fuoriesce. Conoscendo quindi la provenienza, sapremo se un barile sarà predisposto a un lungo invecchiamento o andrà imbottigliato giovane, se ha il carattere per sopportare un invecchiamento in Sherry o prediligerà il barrel ex-Bourbon o entrambi, se si tratta di un Whisky torbato o meno. L'assaggio del campione è, se vogliamo, la parte più emozionante, perché può dare le conferme che ci si aspettava, può far sorridere o anche far mettere le mani nei capelli. In ogni caso, possedere un barile di Whisky è una delle sensazioni più belle ed emozionanti al mondo. Almeno, per noi lo è. Se il barile rispetta le aspettative, viene quindi stoccato all'interno del magazzino e periodicamente si controlla il suo processo di invecchiamento. Ogni Whi-

La scelta del magazzino nel quale affinare le botti è determinante: è fondamentale che esso rispecchi delle caratteristiche tecniche funzionali atte a garantire il miglior invecchiamento possibile del Whisky.

# 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.

sky ha il suo tempo: non tutto può invecchiare a lungo e non è assolutamente vero che i distillati vecchi siano per forza più buoni di quelli giovani. Anche perché bisognerebbe chiedersi: quando un Whisky è giovane? Lasciamo a voi la risposta.

### SENSIBILITÀ E GUSTO

A questo punto, entrano in gioco la nostra sensibilità sensoriale e il nostro gusto. La prima, insieme alla nostra esperienza, ci consente di capire se il Whisky in questione ha terminato il suo percorso evolutivo ed è quindi pronto all'imbottigliamento, mentre il gusto e le prove di diluizione con acqua ci consentono di trovare la sua massima espressività organolettica. È quindi solamente quando il Whisky raggiunge quella che riteniamo essere la sua perfetta armonia e unicità di gusto che viene imbottigliato senza alcun tipo di filtrazione, per esprimere al meglio la complessità aromatica e sensoriale del distillato. Ogni botte è unica e irripetibile, proprio come un'opera d'arte scolpita dal tempo, modellata dal legno e decorata dal nostro gusto. Ogni anno presentiamo una collezione, unica nel suo genere, le cui etichette vengono disegnate a mano e rappresentano un tema sempre differente, proprio per dare risalto all'unicità di questi magnifici distillati. Come se confezionassimo abiti cuciti su misura, curiamo ogni singolo dettaglio, il rilievo dell'illustrazione, la scelta della carta su cui stampare e la lamina dorata che si intona con armonia ai riflessi del Whisky. Essere imbottiglieri indipendenti di Whisky vuol dire ricercare l'eccellenza e costruire una nicchia. Significa mettere in bottiglia colori, sapori, ricordi ed emozioni.

Ogni Whisky ha il suo tempo: non tutto può invecchiare a lungo e non è assolutamente vero che i distillati vecchi siano per forza più buoni di quelli giovani.



### L'AUTORE

Laureato in Economia, **Federico Mazzieri** è, insieme a **Marco Maltagliati**, il fondatore di **Dream Whisky**, un'azienda italiana di imbottiglieri indipendenti che, dopo aver dedicato la propria vita al re dei distillati, hanno coronato il sogno di aprire una propria distilleria e produrre il primo **Single Malt Irish Whiskey** creato da italiani in Irlanda. mazzieri ha anche all'attivo un Master in Food&Beverage Management.





## VERMOUTH

# UNA STRANA STORIA ITALIANA

Quella del Vermouth è una storia eccezionale, che però lascia l'amaro in bocca, perché nel nostro Paese esso è considerato essenzialmente come un ingrediente da utilizzare in miscelazione. Un vero peccato per un prodotto che, espressione della nostra cultura e delle nostre tradizioni, rappresenta l'aperitivo perfetto e potrebbe essere gustato da solo.

di Luca Tesser

**I**l Vermouth è uno di quei prodotti che rappresentano l'eccellenza italiana nel mondo e uno dei primi a essere esportato dal XIX secolo. Non a caso negli Stati Uniti "Martini" è la seconda parola italiana più conosciuta, dopo "pizza".

Quella di questo vino fortificato è una storia eccezionale che, tuttavia, nei suoi risvolti sociali, lascia l'amaro in bocca, perché la stragrande maggioranza degli italiani lo considera un ingrediente da utilizzare in miscelazione e non una bevanda da gustare da sola. Ed è qui l'aspetto incredibile, perché così facendo si è persa l'essenza di un prodotto che dovrebbe far parte della nostra cultura e delle nostre tradizioni. Solo ora in Italia stanno rinascendo le vermuterie, ma dove'erano finite? In Spagna, ad esempio, sono presenti circa 14mila vermuterie e gli spagnoli da sempre usano bere **Vermouth** liscio. Questo dimostra che in altri Paesi il consumo al dettaglio di questa bevanda non è mai cessato: in Argentina, ad esempio, sui tavoli dei bar troviamo le bottiglie di Selz per completare il proprio Vermouth direttamente al tavolo. Il bicchiere di Vermouth liscio, o con ghiaccio e una fettina di arancia, o con Selz, dovrebbe essere un'abitudine anche in Italia, dove il Vermouth è nato, ma non è così. Per un italiano pensare al Vermouth significa, infatti, pensare a un **Americano** o a un **Negroni**. È un fatto alquanto curioso, soprattutto considerando quanto si è investito in questi anni per rivalutare questo prodotto.

## UN PO' DI STORIA

Per comprendere le dinamiche del consumo di Vermouth in Italia dobbiamo ripercorrerne la storia nel nostro Paese e capire come mai ad un certo punto si è perso interesse nei suoi confronti. O, perlomeno, capire come siano cambiati gli obiettivi dei produttori e come si è cercato poi di riattribuirgli la sua importanza sto-



rica. **Antonio Benedetto Carpano**, a Torino, inventò il Vermouth alla fine del XVIII secolo. Si trattava di un vino fortificato e nello specifico di un vino moscato miscelato con erbe e spezie. Il laboratorio di Carpano si trovava proprio davanti al Palazzo Reale di Torino e il legame con i Savoia fu determinante per l'immediato successo di questo nuovo prodotto. Nel corso del XIX secolo il **Vermouth Carpano** divenne la bevanda prediletta dei torinesi, così come degli abitanti di tante altre città d'Italia. A Martini, invece, dobbiamo la diffusione del Vermouth nel mondo, tanto da far diventare il nome "Martini" sinonimo di Vermouth. Nel 1863 **Alessandro Martini**, Teofilo Sola e Luigi Rossi fondano la Martini e Rossi, che si espande agli inizi del 1900 e diventa, negli anni Cinquanta, un colosso di livello mondiale. Nascono, in questo periodo, le celebri "**Terrazze Martini**" che contribuiscono a fare entrare Martini nella leggenda. Fino a poco più di una decina di anni fa i Vermouth che si conoscevano in Italia erano pochissimi e su tutti spiccavano proprio Martini e Carpano. Lo stesso nome Martini,

Il bicchiere di Vermouth liscio, o con ghiaccio e una fettina di arancia, o con selz, dovrebbe essere un'abitudine anche in Italia, ma non è così: per un italiano pensare al Vermouth significa pensare a un Americano o a un Negroni.



# Wild Mexican Spirits



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

come detto, era diventato sinonimo di Vermouth: dagli anni Settanta fino a una decina di anni fa, era questo il Vermouth per eccellenza, seguito da Carpano e **Cinzano**. Oggi invece la proposta è vastissima, arricchita grazie al recupero o al rilancio di marchi storici e con diverse novità, alcune nel segno della tradizione e altre con uno spirito più innovativo. Il mercato è diviso in due: da una parte c'è il Vermouth commerciale e dall'altra il Vermouth nel segno della qualità e dell'eccellenza. Nei migliori cocktail bar del mondo marchi come **Cocchi**, **Mulassano**, **Carlo Alberto**, **Carpano Antica Formula** e **Vermouth del Professore** hanno sostituito il classico **Martini Rosso**. Tuttavia, il problema del consumo di Vermouth al dettaglio rimane e non si riesce del tutto a ridare a questo prodotto l'importanza che gli spetterebbe come aperitivo storico italiano. Quello che si sta facendo è, essenzialmente, nobilitare alcuni drink legati al Vermouth: dal **Negroni** al **Manhattan**, dal **Martinez** al **Boulevardier**.

## UN PRODOTTO DA VALORIZZARE

Se a Carpano dobbiamo l'invenzione di questo vino fortificato dal sapore intenso e aromatico, quindi, a Martini va il merito di averlo diffuso in ogni angolo del pianeta e, in particolare, negli Stati Uniti, dove è iniziato il suo sodalizio con la miscelazione, per la quale è indubbiamente un ingrediente prezioso ed essenziale. Tuttavia, proprio il suo apporto nella storia della miscelazione mondiale ha contribuito a favorirne la versione più commerciale rispetto a quella di qualità e, sebbene negli ultimi tempi lo si sia rivalutato come prodotto di eccellenza, non si è riusciti a riportarlo al suo utilizzo più ovvio e a valorizzarlo come protagonista del bere bene. Nessun prodotto come il Vermouth rappresenta, infatti, l'aperitivo per-



fetto e sarebbe bello pensare a un futuro dove la sua valenza culturale sia nuovamente predominante. A quanto pare, però, c'è ancora molto lavoro da fare. ■

Il Vermouth, un vino moscato miscelato con erbe e spezie, fu inventato da Antonio Benedetto Carpano a Torino, alla fine del XVIII secolo.



Dagli anni Settanta fino a una decina di anni fa, Martini era il Vermouth per eccellenza.



## CLASSIC COCKTAIL

# MARTINI

Sulla storia, l'evoluzione, la tecnica di esecuzione e le tante varianti che riguardano il Martini Cocktail sono state scritte migliaia di pagine. In questo articolo facciamo un po' di chiarezza sulle caratteristiche di quello che può essere definito come il principe assoluto dei drink.

di Luca Tesser

**I Martini Cocktail è frutto di un'evoluzione di gusto e stile. Alle origini di questo cocktail, che ha saputo creare intorno a sé una fama come nessun altro drink, vi è la semplicità: abbinare un Gin con il Vermouth dry, infatti, non è qualcosa di particolarmente complesso.**

A rigor di logica il suo parente più stretto è il **Martinez**, di cui il **Martini** rappresenta l'evoluzione in secchezza: da un cocktail incredi-

bilmente aromatico si è passati a un cocktail decisamente secco. Il **London Dry Gin** ha sostituito l'**Old Tom Gin** e il **Vermouth Dry** ha fatto lo stesso con il **Vermouth Rosso**. C'è anche chi considera il Martini un'evoluzione dal **Manhattan**, con il Gin al posto del Whiskey: non è un'idea sbagliata, perché la struttura è la stessa del Martinez, ma in realtà il cambiamento risiede proprio nel Vermouth, che nel tempo ha assecondato una propensione

crescente per il Dry. Lo stesso **Wiston Churchill** preferiva il Martini “*secco*”: era sua convinzione che per un perfetto **Martini Cocktail** bastasse che la bottiglia di Gin fosse stata abbastanza vicina a una bottiglia di Vermouth Dry. Nel corso della sua storia, la cui data di inizio, sebbene non ci siano riferimenti precisi, potrebbe essere fissata nel 1912, il Martini Cocktail ha quindi intrapreso un percorso sempre più deciso verso il “*dry*”. Da una sorta di mezzo e mezzo, la proporzione del Vermouth all’interno del cocktail si è sempre più ridotta, arrivando all’estremo, il cosiddetto “*In and Out*”, ossia arrivando a insaporire leggermente il ghiaccio con il Vermouth. Come? Lavando il ghiaccio con il Vermouth, una tecnica che, personalmente, trovo aberrante. Perché mai dovremmo gettare il Vermouth, che deve invece rimanere una parte del cocktail e, per quanto mi riguarda, si deve sentire? C’è anche chi osa una vaporizzazione di Vermouth o lo mette con il contagocce: anche queste soluzioni mi sembrano estreme e non giovano all’armonia del cocktail. Tanto varrebbe, allora, versarsi un bicchiere di Gin ghiacciato. La scelta del Vermouth è quindi fondamentale, così come è importante concentrarsi sulla sua proporzione all’interno del cocktail, che non dovrebbe essere, a mio avviso, mai inferiore ai 10ml. Che cosa dire, poi, della scelta del Gin? Meglio usare sempre un London Dry ed evitare tutti i Gin estremi o con botaniche atipiche.

## PERSONALIZZARE, PERCHÉ NO?

Creare un proprio Martini assemblando due diversi Gin o due differenti Vermouth può essere una buona idea: la personalizzazione, del resto, gioca un ruolo fondamentale in questo cocktail. L’importante è che il Martini rimanga un Martini e non si trasformi in un Twist. Elementi a cui prestare molta attenzione sono, infine, la diluizione e la temperatura: è proprio nella correttezza di questi aspetti che risiede la difficoltà di realizzare un ottimo Martini. Non c’è nulla di peggio di un Martini Cocktail troppo diluito o troppo poco diluito, mentre, per quanto riguarda la temperatura, non c’è bisogno di servire un Martini a temperature estremamente basse. La questione sulla temperatura di servizio di questo cocktail

è spesso arrivata al paradosso, come se dovesse essere servito a temperature negative estreme. Il mixing glass ha i suoi limiti, non si può arrivare oltre un certo punto. Infine, soprattutto, fate attenzione alla diluizione: più freddo non vuol dire più diluito. La cosa importante è servirlo immediatamente, senza permettere che si scaldi.

## OLIVA O LIMONE?

Infine, al Martini è associato l’eterno dilemma: oliva o limone? È una questione di gusti. Quindi, non necessariamente il Martini con l’oliva deve essere bevuto come aperitivo e quello al limone come *after dinner*. Una certezza, però, c’è e riguarda la versione limone: fate attenzione agli oli essenziali e strizzate la scorzetta non troppo vicino alla superficie del cocktail, per evitare un eccessivo sentore di limone. ■

## LE RICETTE

### Martini Cocktail



- 2 oz London Dry Gin
- ¼ oz Vermouth Dry
- Oliva o Limone

Porre gli ingredienti in un Mixing Glass ben raffreddato, mescolare e versare in una coppetta fredda.



### Martini Salato



- 1 ¾ oz Mayfair London Dry
- ¼ oz Vermouth Dry
- ¼ Oz Salt Syrup (¾ di zucchero e ¼ di sale Maldon, acqua bollente in parti uguali. Mescolare e fare raffreddare)
- Oliva

Porre gli ingredienti in un Mixing glass ben raffreddato e mescolare. Se si vuole, aggiungere un barspoon di salamoia nella preparazione.





## CLASSIC COCKTAIL

# OLD FASHIONED

Catalogato dall'International Bar Association come un drink indimenticabile, l'Old Fashioned è il cocktail prediletto da chi ama il Whiskey.

di **Andrea Lazzaretti**

**L'**Old Fashioned è un cocktail per gli amanti del Whiskey. Catalogato dall'International Bar Association come uno dei drink indimenticabili, la sua storia ha radici nel XIX secolo.

Una delle prime tracce dell'Old Fashioned è contenuta nella celebre guida per bartender del **Professor Jerry Thomas**, nella quale fu inserito con il nome di **Old Fashioned Holland Gin Cocktail**, con una ricetta che tuttavia, sebbene simile nel Dna a quello che intendiamo per Old Fashioned, non menzionava il Whiskey. Appare poi, nel 1880, in un articolo su un noto quotidiano statunitense, nel quale si legge che in un incontro organizzato da **Samuel Tilden**, già Governatore dello Stato di New York e candidato democratico alla presidenza degli Stati Uniti nel 1876, sarebbero stati serviti degli Old Fashioned cocktail. È un cocktail di grande successo, menzionato in canzoni, la più celebre è *"Make It Another Old-Fashioned, Please"* di **Cole Porter**, e

diventato iconico anche in più recenti serie televisive, come *"Mad Man"*, il cui protagonista ne è un appassionato.

## LA STORIA

Le origini dell'Old Fashioned riportano a due luoghi in particolare, il **Pendennis Club** di Louisville, nel Kentucky, e l'hotel **Waldorf-Astoria**, un albergo di lusso di New York, e a un personaggio: il colonnello **James E. Pepper**, appartenente a una famiglia di distillatori di Bourbon, il Whiskey che prende il nome da una contea del Kentucky. Pepper era membro del Pendennis Club e un habitué del Waldorf-Astoria. Al Pendennis Club il colonnello aveva assaggiato un drink molto simile all'Old Fashioned e ne aveva trasmesso la ricetta al barman dell'hotel newyorkese. A rivendicare l'invenzione del cocktail sono comunque i membri del club fondato nel 1881, dove proprio in onore di Pepper, amante del Whiskey, era stato creato il drink. È quindi la città di Louisville che resta roman-

ticamente legata all'Old Fashioned, tanto da celebrarne ogni anno, a giugno, la nascita con la manifestazione "Old Fashioned Fortnight".

Ma la storia di questo cocktail si spiega anche con il modo in cui si beveva il Whiskey all'epoca: i distillati erano di pessima qualità e la loro natura pungente veniva stemperata aggiungendovi zucchero e Bitter. Con il tempo, man mano che i cocktail diventavano più complessi, i bevitori abituati a drink poco elaborati iniziarono a chiedere ai bartender qualcosa che li facesse tornare a gustare i sapori del passato. La miscela originale quindi, anche se con ingredienti in proporzioni diverse, tornò in voga e prese il nome di "Old Fashioned".

## L'OLD FASHIONED NEL XX SECOLO

Durante il proibizionismo, la semplice formula "vecchio stile" si è evoluta in una miscela fruttata con arancia e ciliegia, che avrebbe regnato per i decenni a venire. Alcuni teorizzano che il frutto fosse usato per mascherare il cattivo sapore del whisky usato in quegli anni, mentre secondo altri il cocktail era stato confuso con altre bevande che richiedevano frutta. In ogni caso, questa versione "confusa" sarebbe stata la più gettonata fino alla metà del secolo scorso. Quando, poi, negli anni Novanta un gruppo di bartender iniziò a interessarsi al passato per studiare e comprendere le origini dei drink che miscelevano, si aprì un periodo di rinascita dei cocktail classici come l'Old Fashioned: **Dale Degroff**, **Dick Bradsell** e **Julie Reiner**, solo per citarne alcuni, divennero pionieri del moderno risascimento della miscelazione. Furono riscoperte numerose ricette originali che andarono a sostituire quelle versioni fruttate dei decenni precedenti.

## COME SI PREPARA?

Per molti bartender l'Old Fashioned è la prima e più importante bevanda di cui apprendere le basi e su cui poi sviluppare idee nuove. I suoi pochi e semplici ingredienti, infatti, lo rendono uno dei drink più facili da modificare. Le possibilità sono infinite: si può cambiare il distillato; si può sostituire lo zucchero con un altro dolcificante, come lo sciroppo d'agave o d'acero, il miele, la marmellata; si può utilizzare, in alternativa al **Bitter Angostura**, qualsiasi altro Bitter disponibile. Le variazioni nascono anche modificandone la diluizione con un the o con un infuso. III

## LE RICETTE

### L'originale del 1806

- 2 oz di bourbon
- 1/2 cucchiaino di zucchero
- 3 gocce di Angostura Bitter
- 1 cucchiaino di acqua
- guarnizione: scorza d'arancia

### La versione anni Sessanta

- 2 oz di whisky
- 3 gocce di bitter
- 1 zolletta di zucchero
- guarnizione: spicchio d'arancia e ciliegia al maraschino

### La versione Viejo Estilo

- 10 ml di sciroppo d'agave
- Bitter pompelmo e mandarino
- 30 ml di Tequila
- 20 ml di Metzcal
- zest di pompelmo





## INGREDIENTI

# BITTER, CONSIGLI PER L'USO

Il Bitter ha la proprietà di donare al drink quelle note di gusto e olfattive che determinano il suo carattere finale. E non fatevi ingannare dal fatto che si usi in gocce: la sua presenza in un cocktail è determinante.

di Luna Maller

**I**l Bitter è un ingrediente essenziale per la miscelazione. La sua funzione è di completamento, nel senso che ha la proprietà di donare al cocktail quelle note di gusto e olfattive che determinano il suo carattere finale

Il fatto che si usi in gocce potrebbe farlo apparire come non determinante, ma in realtà non è così: la sua presenza all'interno del cocktail è necessaria e finalizzata al completamento

strutturale del drink. Anche se oggi in commercio se ne trovano di analcolici, il **Bitter** è un preparato alcolico ottenuto attraverso l'infusione di spezie, radici, cortecce o qualsiasi altro elemento, dal gusto spiccatamente amaro. Nato come **Elisir**, ossia come preparato medico il cui utilizzo era finalizzato alla cura di disturbi fisici, in particolare di tipo gastrico, lo si assumeva solitamente in gocce o aggiunto a bevande dolci. Nel corso del XIX secolo diviene un ingrediente fondamentale per la preparazione di cocktail: da quel momento drink come il **Manhattan**, il **Sazerac** o il **Martinez** non sono concepibili senza l'**Angostura Bitter**, il **Peychaud's Bitter** e l'**Orange Bitter**.



## COME UTILIZZARE IL BITTER

Nei cocktail della miscelazione classica, il Bitter è un ingrediente fondamentale: il cocktail classico, infatti, è definito come una miscela a base alcolica che abbina uno o più distillati, acqua, zucchero e, appunto, Bitter, la parte amara. Ma come si utilizza un Bitter? Tecnicamente ci sono due modalità: utilizzarlo sulla superficie del cocktail finito o direttamente mentre lo si prepara. In gergo, tali modalità si definiscono in *“orizzontale”* o in *“verticale”*. Nel primo caso metteremo sulla superficie del cocktail finito qualche goccia di Bitter e questo, depositandosi solo sullo strato superficiale del drink, apporterà un effetto in particolare olfattivo e di gusto solo in entrata, senza amalgamarsi con il resto del cocktail. Nel secondo caso lo inseriremo direttamente in preparazione, nel Mixing Glass e le sue aromatiche saranno diffuse, divenendo parte della struttura verticale, appunto, del cocktail.

## UNA SCELTA VASTISSIMA

Il mondo dei Bitter è estremamente interessante, soprattutto quando si esce dagli schemi *“classici”* o dalla singola botanica, ma è anche un mondo di difficile comprensione: a volte non si parla nemmeno di un gusto definito, ma di bouquet, a cui si danno nomi di fantasia. Il consumatore è spesso indotto ad acquistare a *“scatola chiusa”*, accumulando così raccolte infinite di prodotti comprati sulla base dell'ispirazione del momento. Se un tempo in un locale, e in commercio, trovavamo solo qualche referenza, fra cui i Bitter essenziali come Angostura, Orange bitter e Peychaud's, da una decina d'anni, grazie anche ad una rinascita della miscelazione in stile *“classico”*, in bella mostra sui banconi dei cocktail bar sono esposte centinaia di tipologie di Bitter. La rinascita di questo prodotto ha portato indubbi benefici per la miscelazione, offrendo ai bartender più possibilità di creare sfumature e note di gusto nei loro cocktail, ma c'è un aspetto da non trascurare: il Bitter deve essere utilizzato in maniera corretta, con uno scopo funzionale e non semplicemente come aggiunta superflua.

In bella mostra sui banconi dei cocktail bar sono esposte centinaia di tipologie di Bitter.

Nato come preparato medico il cui utilizzo era finalizzato alla cura di disturbi fisici, in particolare di tipo gastrico, il Bitter si assumeva solitamente in gocce o aggiunto a bevande dolci.



# SOGNANDO L'AFRICA

*Nasce dalla passione per l'Africa Elephant Gin, il distillato creato da Tessa e Robin Gerlach e prodotto artigianalmente in Germania. Un amore, quello dei coniugi tedeschi, che si traduce in un impegno concreto, con la devoluzione del 15% dei profitti derivanti dalle vendite alle iniziative di conservazione della fauna selvatica africana.*

di Giorgia Andrei

**E**lephant Gin è un Gin prodotto artigianalmente in Germania, utilizzando rare botaniche africane. In Africa, infatti, ha origine la storia di questa distilleria di Wittenburg, un piccolo villaggio incastonato tra Berlino e Amburgo, i cui protagonisti sono Robin e Tessa Gerlach. Dopo essere stati ispirati dai loro viaggi nel continente africano e, in particolare, dall'incontro con attivisti impegnati nella conservazione degli elefanti, i due coniugi hanno avviato un originale progetto imprenditoriale:

con l'obiettivo di conservare la fauna selvatica di cui si erano innamorati, hanno deciso di lanciare un prodotto che combinasse questo impegno con la produzione di un Gin di ispirazione africana. L'idea strizzava l'occhio al Sundowner, il cocktail al tramonto che è di tradizione in Sud Africa e che, solitamente, consiste in un Gin Tonic.

## UN PRODOTTO ARTIGIANALE...

Ogni lotto di **Elephant Gin** viene distillato utilizzando 14 botaniche che includono rari in-

gredienti africani e che, combinate con mele fresche coltivate nel territorio di Wittenburg, donano al Gin un profilo aromatico diverso da qualsiasi altro Gin sul mercato. La produzione artigianale prevede metodi tradizionali di distillazione con alambicchi di rame **Arnold Holstein** e le botaniche macerate per un'intera giornata, in modo da estrarre il livello ottimale di sapore. Il controllo manuale dei passaggi di produzione assicura poi aromi intensi ed elevata qualità del prodotto. Anche le bottiglie sono realizzate su misura, con etichette scritte a mano, sigillate con sughero naturale e legate con uno spago. Quello che fa di Elephant Gin un prodotto etico è il fatto che il 15% dei profitti ricavati dalla vendita delle bottiglie è devoluto alle iniziative di conservazione della fauna selvatica africana e, in particolare, alla salvaguardia dell'elefante africano, a rischio di estinzione. Nel 2022 è stata creata la **Elephant Gin Foundation**, che consente all'azienda di **Tessa e Robin Gerlach** di allocare le risorse in modo efficiente e pianificare direttamente eventi di raccolta fondi.

## ... E SOSTENIBILE

Elephant Gin ha ricevuto a marzo 2023 la certificazione **B Corp**, a conferma dell'attenzione riposta nelle tematiche della sostenibilità e della responsabilità sociale, che si riflette nelle sue attività e nei suoi prodotti. Osservando una bottiglia di questa famiglia di Gin, scopriamo che il sigillo sul collo è composto da una stringa di canapa sigillata a mano, e in qualche caso anche da perline Masaai in vetro, il tappo è fatto al 100% di sughero di provenienza portoghese, il cappuccio termoretraibile è in plastica riciclata e il vetro stesso è per il 65% riciclato. Ogni etichetta, poi, riporta, a mano, il nome di un elefante che è stato protetto grazie alle donazioni di Elephant Gin.

## GIN IN QUATTRO DECLINAZIONI

La gamma di Elephant Gin, distribuita in Italia da **Compagnia dei Caraibi**, include quattro tipologie di distillati: London Dry Gin (45% Vol.), Sloe Gin (35% Vol.), Strength Gin (57% Vol.) e Orange Cocoa Gin (40% Vol.).

**Elephant London Dry Gin** presenta un sottile aroma di ginepro con un sottotono di pino mugo e altre note erbacee. Il gusto è comples-

so, ma morbido, e racchiude aromi floreali, fruttati e speziati. È da gustare sia liscio che in un cocktail.

**Elephant Sloe Gin**, prodotto in poche centinaia di bottiglie l'anno, combina il gusto del premium London Dry Gin con il sapore classico delle bacche di prugne fresche, lasciate a macerare nel Gin per diversi mesi. Proprio le bacche selvatiche aggiungono al distillato un bouquet riccamente rotondo, leggermente dolce e fruttato. Anche questo Gin è ideale sia nella miscelazione che liscio.

**Elephant Strength Gin** amplifica l'aroma e la fragranza della miscela di prodotti botanici, pur mantenendo lo stesso carattere morbido ed equilibrato del London Dry. Qui fanno la differenza gli aromi freschi del Buchu africano, dell'arancia e del pino mugo.

Infine, **Elephant Orange Cocoa Gin** è una variante tonificante e fresca di Gin agrumata, dalla complessità aromatica di arance biologiche dolci e fave di cacao delicatamente tostate, nella quale le note agrumate piccanti e dolci dell'arancia si combinano con i sapori secchi e vellutati della fava di cacao. **||**

## LE BOTANICHE DI ELEPHANT GIN

- Assenzio africano
- Artiglio del diavolo
- Coda di leone
- Buchu
- Baobab



## L'ULTIMA FRONTIERA DEL GIN

*Gunther Gunetti e Mariano la Ganga firmano un progetto che porta il Gin a un altro livello: con la serie Dory's i due creatori propongono tre prodotti fortemente legati al Mediterraneo e alla Sicilia, che colpiscono per qualità e originalità.*

Luna Maller

**I**l mercato del Gin è ormai saturo, eppure ci sono ancora dei prodotti che hanno la capacità di stupire. Sono quelli creati da Gunther Gunetti e Mariano la Ganga, artefici di un progetto che porta il Gin a un altro livello: la serie Dory's.

Si tratta di tre Gin fortemente legati al Mediterraneo e alla Sicilia, nei quali i sentori dell'isola si legano alla distillazione piemontese, perché piemontesi sono Gunetti e la Ganga. I tre Gin prendono i loro nomi - Galatea, Alie e Calipso - dalle Nereidi, ninfe marine dalla natura benevola, ben rappresentate sulle etichette con delle meravigliose immagini dell'artista Daniele Ienuso. Sole, mare, terra, cultura, mitologia e filosofia sono racchiuse in queste creature eccezionali, che richiamano con efficacia anche la qualità di un Gin che si rivela ideale per la miscelazione. L'era del Gin finalizzato solo al Gin & Tonic ha perso la sua spinta, e il Gin oggi diventa protagonista in una nuova veste, come un ingrediente

capace di valorizzare all'ennesima potenza il drink, per trasformarlo in qualcosa di unico: proprio questo è l'intento in cui riesce molto bene Dory's. Nelle sue tre forme, questo Gin sa fare la differenza, si prende un ruolo di primo piano come strumento creativo e d'innovazione e stravolge gli schemi nei quali il Gin sembrava incasellato. Insomma, la storia del Gin ha un nuovo inizio e Dory's ne è sicuramente parte.

### GALATEA

Il primo Gin della serie prende il nome dalla ninfa Galatea, la Nereide del mare calmo. Il gambero rosso di Sicilia ne è protagonista. Il sentore del mare è ben percepibile, mentre il caviale di gambero rosso dona una dolcezza inaspettata, forte e vellutata, che si meschia alla freschezza del limone e, ovviamente, all'intensità del ginepro. Galatea è un Gin stupefacente, non scontato, in grado di prestarsi alla migliore miscelazione donando la possibilità di creare sensazioni uniche in termini di gusto. Ed è inoltre il primo Gin al mondo a essere distillato con animali marini: i gamberi sono pescati e selezionati a Mazara del Vallo e le loro uova sono utilizzate per trasferire al Gin un sapore inconfondibile.

### ALIE

A dare il nome al secondo Gin di Dory's è la Nereide Alie. In questo Gin intenso e fresco, le protagoniste assolute sono le alici: pescate e selezionate nel mare di Siacca, arrivano poi in Piemonte per essere utilizzate nella realizzazione del Gin. Unicità è la parola d'ordine per questa realizzazione di Dory's, che si ca-





ratterizza per una sapidità pungente e si presta, in particolare, alla realizzazione di sour dal gusto, appunto, sapido. Nella miscelazione può essere usato in modo molto duttile ed emozionare anche nei classici.

## CALIPSO

La figura mitologica di **Calipso**, donna bellissima e immortale, confinata nell'isola di Ogi-gia e destinata ad essere sempre abbandonata dall'amore, determina la terza realizzazione di Dory's. Qui il mare incontra la terra e la terra è quella dell'isola di Pantelleria. Il capperò è la botanica dominante. Il Gin si caratterizza per una sapidità non scontata e amaricante, in grado di donare note di un'intensità incredibilmente persistente. In miscelazione è utilizzato a 360 gradi, spaziando fra classico e contemporaneo e creando persistenza e pienezza.



## LA RICETTE

### Bloody Galatea

Michele Marzella  
per Caffè Vergnano, Chieri

- Galatea Gin 5 cl
- Salamoia di oliva 0,5 cl
- Limone 1 cl
- Worcester 5 gcc
- Tabasco 3 gcc
- Pepe rosa 1 presa
- Sale 1 presa
- Succo di pomodoro 6 cl

Tecnica Shake & Strain  
Garnish Sedano, Gambero Brasato  
Servire in Collins 40 cl

### Alice Martinez

Beu  
per Opificio, Chieri

- Alie Gin 4,5 cl
- Maraschino 1 cucchiaino
- Vermouth Rosso 4,5 cl
- Orange Bitter 2 gocce

Tecnica Stir & Double Strain  
Garnish Scorza d'arancia  
Servire in una Coppa Martini 33,5 cl

### Capper8

Branka Vukasinovic  
per Civico1, Torino

- Calipso Gin 4,5 cl
- Sciroppo di zenzero 2 cl
- Acidulato di umeboshi  
una puntina di un cucchiaino
- Soda al mandarino e bergamotto  
Three Cents Top

Tecnica Build  
Servire in Top Class Highball 37 cl



# IL VERMOUTH DI TORINO È UN MARCHIO TUTELATO ANCHE OLTREOCEANO

*Il Consorzio del Vermouth di Torino ha ottenuto il Marchio di Certificazione dall'Ufficio Brevetti e Marchi degli Stati Uniti. Si corona così un percorso che ha visto negli ultimi anni la tutela della IGP, del nome del Vermouth di Torino e dei marchi consortili in Italia e in tutti i Paesi dell'Unione Europea, oltre che in numerose altre nazioni.*

di Virna Bottarelli

**“I**l Marchio di Certificazione statunitense non è sempre così facile o scontato da ottenere, ci sono voluti tre anni di lavoro durante i quali il Consorzio ha operato in stretta collaborazione con le storiche Case produttrici del Vermouth di Torino, che hanno messo a disposizione i loro archivi allo scopo di raccogliere i documenti necessari per la preparazione del dossier”.

Così **Roberto Bava**, presidente del **Consorzio del Vermouth di Torino**, ha commentato l'ottenimento da parte del **Consorzio del Marchio di Certificazione dell'Ufficio Brevetti e Marchi degli Stati Uniti**. La notizia, data lo scorso

ottobre, è particolarmente significativa per il giovane Consorzio, perché potenzia la tutela internazionale del **Vermouth di Torino IGP**, il vino aromatizzato con Indicazione Geografica Protetta più famoso d'Italia. “Le testimonianze delle case produttrici hanno permesso di dimostrare che il Vermouth di Torino è stato venduto negli Stati Uniti dai Soci del Consorzio in modo continuativo a partire dal 1866 fino ad oggi e di ottenerne i diritti di precedenza”, ha precisato Bava. “Il Consorzio è costantemente attivo per salvaguardare i consumatori dalle pratiche di etichettatura ingannevoli”, ha aggiunto **Pierstefano Berta**, direttore del Consorzio. “Lavorando costantemente con le Isti-

tuzioni italiane e con gli Uffici Marchi di altri Paesi per ottenere la massima protezione del Vermouth di Torino, è diventato chiaro che avevamo bisogno di un'ampia protezione negli USA, Paese che rappresenta un mercato molto rilevante per i nostri soci". La registrazione negli Usa è fondamentale nel percorso a livello globale di protezione e controllo della denominazione "Vermouth di Torino IGP" ed è uno stimolo a negoziare con altri Paesi per proteggere i consumatori in tutto il mondo dalle possibili imitazioni di un prodotto storico e tradizionale, vanto del Piemonte, dell'Italia e dell'Europa.

### UNA TRADIZIONE ANTICA

Il Vermouth di Torino è il più famoso vino aromatizzato italiano, già apprezzato alla corte reale dei Savoia. Il suo nome deriva dal termine tedesco *wermut* che definisce l'*Artemisia absinthium* (assenzio maggiore), base aromatica principale nella sua preparazione. Dal 1400 i liquoristi torinesi iniziarono a distinguersi per la perizia nell'arte della distillazione fino a ottenere, già nel Settecento, grande fama anche oltre i confini italiani. Nell'Ottocento e Novecento il Vermouth divenne famoso anche all'estero nelle sue due varianti bianco e rosso. Proprio dal capoluogo piemontese ha inizio lo sviluppo del Vermouth di Torino come lo conosciamo oggi. Nel corso degli anni le tecniche di lavorazione si sono evolute, con processi innovativi che hanno affiancato quelli più antichi, preservando comunque e valorizzando la tradizionale produzione di questo prodotto. Il Vermouth di Torino viene classificato in base al colore (Bianco, Ambrato, Rosato o Rosso) e alla quantità di zucchero impiegata nella sua preparazione. Il disciplinare prevede anche la tipologia **Vermouth di Torino Superiore**, che si riferisce a prodotti con un titolo alcolometrico non inferiore a 17% vol., realizzati con almeno il 50% di vini piemontesi e aromatizzati con erbe, diverse dall'assenzio, coltivate o raccolte in Piemonte.

### UN CONSORZIO GIOVANE

Il Consorzio del Vermouth di Torino nasce nel 2019 per volontà dei produttori che, consapevoli della necessità di una regolamentazione, definiscono insieme un disciplinare di produzione approvato dal Decreto del 22 marzo 2017, con cui il Ministero delle Politiche Agricole Alimentari



Il **Vermouth di Torino** è il più famoso vino aromatizzato italiano, già apprezzato alla corte reale dei Savoia.

e Forestali ha regolamentato l'indicazione geografica **Vermouth di Torino/Vermut di Torino**. Suo scopo principale è la tutela, la promozione, la valorizzazione della denominazione. Il Consorzio comprende 35 aziende storiche: Antica Cantina di Calosso, Antica Distilleria Quaglia – Bèrto, Antica Torino, Arudi, Bosca, Cav. Pietro Bordiga, Calissano – Gruppo Italiano Vini, Carlo Alberto, Carpano – Fratelli Branca Distillerie, Chazalettes, Cinzano – Davide Campari-Milano, Giulio Cocchi, Coop. Erbe Aromatiche Pancalieri, D.co Ulrich, Del Professore, Drapò – Turin Vermouth, Ducato, Franco Cavallero Spirits, Gancia & C., Karminia, Isolabella della Croce, La Canellese, Luigi Vico, Mainardi, Mancino, Martini & Rossi, Antonio Parigi, Peliti's, Distilleria Revel Chion, Scarpa, Sibona, Sperone, Starlino, Tosti1820, Vergnano. ■



**Roberto Bava**, presidente del Consorzio del Vermouth di Torino



## GIN TERRAE: OLTRE IL GIN

*La serie di Gin Terraes ha rappresentato per noi del J.Roger una rivelazione, una sorta di folgorante risveglio. Stanchi e annoiati dai tanti Gin che rappresentavano la copia di qualcos'altro, figli di un mercato saturo e non determinanti, in termini di sapore, in un cocktail, abbiamo trovato nei Gin di Giovanni Campari qualcosa di veramente diverso, estremo e mai sentito prima. Qualcosa finalmente in grado di produrre sfumature uniche.*

di Luca Tesser

**C**reata da Giovanni Campari, la linea Gin Terraes si compone di tre tipologie differenti: Gin Onde, Campi e Neve. Il legame al terroir è determinante, sebbene quasi più nel senso di ecosistema.

Il mare, la campagna e la montagna sono immediatamente riconoscibili. La linea Terraes si presta alla sperimentazione come pochi altri Gin sul mercato: nelle mani di bartender esperti, questi prodotti diventano uno strumento eccezionale per creare cocktail di carattere. L'intera linea si sposa pienamente con

uno stile di miscelazione classico o contemporaneo, sia per quanto riguarda il twist, sia per la creazione di drink più estremi e creativi. In particolare, la nostra attenzione si è focalizzata su Onde e Campi.

### COME USARE ONDE

In Onde, il Gin che richiama il mare, Giovanni Campari ha voluto racchiudere le note di gusto che più rappresentano la Liguria di Ponente e, in particolare, i sentori delle Cinque Terre. Sapido e deciso, in questo Gin troviamo bota-

niche come l'alga, il pino marittimo, il timo, l'elicriso, la santolina, il limone e, ovviamente, il ginepro. Al J. Roger abbiamo immediatamente compreso il suo potenziale in miscelazione e deciso di creare un cocktail che valorizzasse l'elemento marino, la sapidità raffinata di questo Gin: **Umi**. È un cocktail sapido e vellutato, nel quale le note saline di Onde si sposano con l'aromaticità di un sour all'alga wakame composto da zucchero, alga wakame essiccata, sale affumicato e acqua. Gli altri elementi che compongono il cocktail sono l'albume e il succo di limone. Dopo avere shakerato energicamente tutti gli elementi abbiamo aggiunto del sale rosso delle Hawaii in superficie. Il risultato è un sour cocktail che scalda il cuore, richiamando sulle labbra il sapore del mare. E con nostra grande soddisfazione, questo drink ha saputo stupire e stregare immediatamente il pubblico.

### COME USARE CAMPI

Campi è un Gin pieno e intenso, caldo e avvolgente, dominante, in grado di ammaliare e, quasi, inibire. In questo caso il richiamo è al territorio della pianura emiliana, con un omaggio alla campagna e ai suoi profumi: quello del fieno in una sera d'estate, mischiato all'odore pungente delle piante di pomodoro al sole. Fra le botaniche troviamo: ginepro, fieno, foglia di pomodoro, barbabietola, coriandolo e angelica. Per questo Gin abbiamo deciso di seguire la strada del classico, di mitigarne il carattere dominante, confonderlo e ammorbidirlo. Il risultato è stato **Moloch**, un cocktail intenso e deciso, con una pienezza approfondita da una nota salata. Il liquore alla nocciola, nello specifico quello di Quaglia, accompagna la morbidezza di Campi, ed è contrastato da un vermouth non troppo invadente, Not Another Vermouth. Con un salt syrup composto da zucchero, sale affumicato e acqua abbiamo poi concluso dando una sfumatura calda, sapida e affumicata. Moloch è un cocktail unico, intrigante, nel quale complessità e struttura sono enfatizzate dal contrasto fra dolcezza e sapidità. Benché complesso ed "estremo", questo drink è stato apprezzato dal pubblico ed è divenuto fin da subito uno dei più gettonati della nuova drink list, a dimostrazione che, quando si riesce a creare qualcosa di unico, il suo valore è indiscutibilmente riconoscibile. III

## LE RICETTE

### Umi

- 1 ½ oz Gin Onde
- ½ oz succo di limone fresco
- 1 oz Wakame Syrup
- 1 oz albume

Mettere tutti gli ingredienti nello shaker e agitare energicamente. Versare in una coppetta e aggiungere in superficie del sale rosso delle Hawaii.



### Moloch

- 1 ½ oz cl Gin Campi
- ¾ oz liquore alla nocciola Quaglia
- ¾ oz Vermouth Not Another Vermouth
- ¼ oz Salt Syrup

Mettere tutti gli ingredienti in un mixing glass, mescolare e servire in una coppetta.





## IL GIN GIAPPONESE SECONDO TRADIZIONE

**Tatsumi** è un Gin assolutamente unico, perfetto e inimitabile. La **Tatsumi Distillery** è l'immagine stessa dell'arte della distillazione. Ci troviamo nella prefettura di Gifu ai piedi delle Alpi Giapponesi. La distilleria usa pratiche e materiali della tradizione risalenti al XVII secolo. L'alambicco utilizzato è un **Kabutogama** in legno e la base alcolica è **Sochu**. Questo Gin viene realizzato in piccole quantità e l'unica botanica utilizzata è il ginepro; tuttavia, questo prodotto è in grado di sprigionare una delicatezza e un equilibrio senza precedenti. Le note di legno, quasi balsamiche, si abbinano a sentori agrumati leggeri. La sua complessità e ricchezza, al gusto, richiama note speziate e inaspettate. ||

## IL SINGLE FARM CHE GUARDA AL PASSATO

**Waterford Peated Ballybannon** è un Irish Whiskey semplicemente straordinario. La **Waterford Distillery** sulle sponde del fiume Suir riscrive le regole del Whiskey irlandese. Il "terroir" e il biologico diventano concetti fondamentali, proprio per reinterpretare la storia dell'Irish Whiskey. Questa versione della Waterford esprime l'autenticità dei tempi antichi. La torba è dominante, seppur gentile, e il metodo di produzione è antico e autentico. Minerale ed erbaceo, con sentori che richiamano ad agrumi e spezie, questo Whiskey è capace di stregare e trasmettere l'idea di un Whiskey che ritorna alle sue origini e alla sua autenticità.



## LO SCOTCH WHISKY DELLE HIGHLANDS NEL SEGNO DELL'ELEGANZA

La **Dalmore Distillery**, fondata nel 1839, esprime al meglio il carattere morbido e seducente del Whisky delle Highlands. Il **Dalmore 15 y.o.**, lanciato nel 2007, è un'eccellenza storica dall'eleganza e raffinatezza uniche. La setosità e la morbidezza di questo scotch Whisky sono impeccabili. L'affinamento in tre differenti botti di Sherry, **Matusalem**, **Apostoles** e **Amoroso**, determinano la sua pienezza e la morbidezza che lo contraddistinguono. Speziato, ha sentori che richiamano il cioccolato e la scorza d'arancia. ||



### IL VERMOUTH INVECCHIATO IN ROVERE

Prodotto in quantità limitata, il **Vermouth Drapò Gran Riserva** rappresenta la massima espressione del Vermouth tradizionale di Torino, un Vermouth dalla struttura perfetta. Questa speciale miscela riposa per almeno otto mesi in barrique di rovere francese, ciò fa sì che Drapò Gran Riserva venga esaltato dai sentori di rovere, capaci a loro volta di impreziosire il bouquet della sapiente selezione di erbe e spezie. Corposo e avvolgente, questo Vermouth stupisce per equilibrio e pienezza.

### ANALCOLICO DAI SENTORI MARINI

**Everleaf Marine** è un distillato analcolico dai sentori unici, prezioso alleato per la creazione di cocktail analcolici e non solo. La sua struttura aromatica ricca e persistente è in grado di esaltare i cocktail in maniera unica. Fra le botaniche utilizzate troviamo il bergamotto, il finocchio, il timo, il tè verde, l'eucalipto, il pino, l'assenzio, il ginepro, il labdano, la foglia di olivo e l'alga *Palmaria Palmata*. Ciò che stupisce, e che rende particolarmente duttile questo prodotto, è l'utilizzo della gomma d'acacia, che gli conferisce una consistenza e una profondità semplicemente perfette. 



### UNA SELEZIONE SEMPLICEMENTE PERFETTA

**Whisky Facile** completa la serie **Black Cat** con **Williamson 12 y.o.**, un blended malt d'eccezione di Williamson, di fatto un Laphroaig torbato elegante e raffinato. Il **Refill Bourbon Barrel** è stato imbottigliato a gradazione piena e mostra tutta la sua incredibile struttura. Questo **Laphroaig**, anzi, **Williamson**, è d'altri tempi, pieno di fascino, e fa volare la mente a ricordi sensoriali lontani e preziosi. Il mare si sente e si amalgama a sentori fumosi e decisi. Insomma, siamo davanti a un tesoro da custodire gelosamente.

400conigli.com



# 400 CONIGLI

*il primo gin  
monorobotanico  
al mondo*

ITALIAN  
PREMIUM DRY

# GIN

*seguici su instagram*

@400conigli



## IL BOURBON NELLA SUA MASSIMA ESPRESSIONE DI GUSTO

**Elijah Craig 12 y.o. Barrel Proof** è un Bourbon che stupisce per intensità di gusto. La distilleria **Heaven Hill** lo produce in quantità limitate e preservando a pieno la sua anima più autentica: fondata dal reverendo **Elijah Craig** più di duecento anni fa, ha mantenuto invariato il metodo di produzione del Whiskey fino ad oggi. Mais e grano locali e la purissima acqua del Kentucky fanno il resto. Solo le migliori botti selezionate divengono Elijah Craig. In particolare, questa selezione viene imbottigliata a grado pieno e non viene filtrata per non perdere nulla in termini di gusto e complessità. III



## UN'INCONFONDIBILE ECCELLENZA DALLO SPEYSIDE

Leggendario: solo così può essere definito lo **Scotch Whisky Glenrothes 18 y.o.** Prodotto nella regione dello Speyside, **Glenrothes** ha sentori morbidi e speziati, che donano eleganza e personalità. Invecchiato in botti ex-Sherry, nella maggior parte di primo utilizzo, ha un aroma inconfondibile. Glenrothes è un'eccezione nel variegato panorama del Whisky scozzese.

## UNO SCOTCH WHISKY INVECCHIATO IN BOTTI EX-SHERRY

Nella regione della Cumbria, al confine fra Scozia e Inghilterra, la **Lakes Distillery**, fondata nel 2014, ha avuto un ruolo fondamentale nella rivoluzione della distillazione in Scozia. Qui i criteri qualitativi sono portati ai massimi livelli e la produzione è limitata a circa 500.000 litri annui. Lakes utilizza in gran parte per gli invecchiamenti botti ex-Sherry e in particolare di Sherry oloroso. Audace e intenso, il **Whiskymakers Reserve n.6** risalta per elementi speziati che riportano all'esotico. III





## IL BELLO DEL LUSSO SUSSURRATO

Discreto, improntato al classico, attento alla qualità dei materiali e delle finiture: è il **“Quite Luxury”**, uno stile di cui si è molto parlato nel 2023. Nel linguaggio degli stilisti è sinonimo di moda non appariscente, ma autenticamente griffata, mentre per i designer è più un concetto legato all'uso di materiali naturali, capaci di evocare serenità ed equilibrio. E non manca chi lo riconduce al minimalismo che, negli anni Novanta, era tornato in voga dopo gli eccessi del decennio precedente. Per capire meglio che

cosa si intende quando si parla di *“lusso silenzioso”* o *“sussurrato”*, si può sfogliare il volume illustrato **“Quite Luxury”**, pubblicato nel 2023 da **Wim Pawels**: nel libro fotografico sono ritratte diciotto residenze private di estrema eleganza e sobrietà, in alcune delle città più iconiche del mondo, da Parigi a New York, da Madrid a Melbourne. Lo stesso Pawels fugge poi ogni dubbio sulla somiglianza tra minimalismo e Quite Luxury: *“Il minimalismo adotta un'estetica funzionale e ridotta al minimo, mentre il Quite Luxury fa riferimento ad ambienti comunque sontuosi e confortevoli”*. Un perfetto, e recente, esempio di questo stile si trova anche nel cuore di Roma: è l'hotel **Parisii Bocca di Leone**, situato a pochi passi dal **Boutique Hotel Parisii Collection** di via della Purificazione. L'idea è di **Grazia Parisi**, manager con esperienze decennali nel mondo della moda e dell'hôtellerie, e **Alberto Grignolo**, tra i fondatori del portale di moda **Yoox**. Sobrio ed elegante come il suo predecessore, il Parisii Bocca di Leone rafforza il concetto di lusso privo di ostentazione, confortevole e raffinato. C'è chi dice che il Quite Luxury sia destinato a rimanere, che non sia una moda passeggera. E, in effetti, ne sentiremo parlare anche nel 2024: uno dei suoi pilastri è l'attenzione alla sostenibilità, trend che interesserà la progettazione dei locali di lusso anche in futuro. Materiali ecologici, illuminazione a basso consumo energetico e, in generale, soluzioni di design che riducono l'impatto ambientale domineranno nei prossimi mesi il settore, stando a quanto dicono, ad esempio, gli esperti di **H2 Costruzioni**, azienda che si occupa di ristrutturazioni, arredamento e interior design di locali ed esercizi commerciali. Aspettiamoci quindi spazi sempre più puliti, combinati con materiali di alta qualità e organizzati per creare atmosfere di lusso, ma senza eccessi. Infine, *“Paese che vai, Quite Luxury che trovi”*: interessante sarà la ricerca della connessione con il territorio, nel tentativo di integrare elementi locali con richiami architettonici e culturali, pensati per dare un senso di autenticità e legame con la comunità del luogo.





## CHARADE BAR, DOVE TUTTO PARLA DI ELEGANZA

L'Hotel De' Ricci è uno degli hotel più suggestivi di Roma. Oltre a essere un **Wine Boutique Hotel**, il De' Ricci è rinnovato per il suo **Charade Bar**, che ospita al suo interno l'elegante **Cigar Lounge**, un prestigioso fumoir, dove fumare sigari di altissima qualità accompagnati a distillati e drink. La Cigar Lounge è stata da poco premiata come location di alto livello da **Habanos SA**, ottenendo la targa di **Habanos Lounge**. I sigari, esclusivamente cubani, sono abbinati ad un menù composto da bollicine, cocktail e distillati, nonché cioccolato pregiato.

Tra le 15 tipologie presenti meritano una menzione il **Trinidad Vigia** (abbinato a La Progresiva de Vigia mezcla), il **Choiba Robusto** (con Porto - Graham's 30y), l'**Hoyo de Monterrey Epicure Special** (con Flor de Cana 25y) e l'esclusivo **Cohiba Benike 54** (con il Whisky Yamazaki). Ma lo Charade riserva sorprese non solo agli amanti dei sigari: il locale propone una drink list di ispirazione inglese concepita dalla bartender **Marta Nafra** e dedicata ai Cocktea e ai Mocktea. La lista include tre cocktail alcolici e tre analcolici a base di masala chai (un tè indiano, una sorta di miscela di spezie e latte) e matcha (tè verde di origine cinese). Nello Charade Bar, inoltre, c'è uno spazio impreziosito dai disegni fatti a mano dall'artista **Andrea Ferolla**: scene della dolce vita e delle serate romane che donano al luogo una cornice dal sapore nostalgico e romantico.



## CLASSE SENZA TEMPO

**Timeless** è la collezione di **RCR Cristalleria Italiana** sinonimo di eleganza, design e made in Italy. RCR, che ha sede a Colle Val D'Elsa (SI), realizza i propri prodotti in Luxion, un vetro sonoro superiore brevettato e riciclabile all'infinito, caratterizzato da resistenza, trasparenza e brillantezza.



La linea Timeless è un'icona di stile intramontabile ed è scelta dai migliori produttori di spirits per rappresentare i propri brand. All'ultima edizione di **Host**, lo scorso ottobre a Milano, il marchio ha presentato il nuovo calice **Cocktail Timeless**, ideale per Gin Tonic e drink anche più fantasiosi, e il nuovo calice **Martini Timeless**.





## MIXING GLASS E BAR SPOON

*Strumenti principali per la miscelazione classica, Mixing Glass e Bar Spoon sono i tools più semplici e scontati, ma anche i più preziosi e fedeli compagni nella carriera di un bartender. Scopriamo di più sulle varie tipologie e sul loro utilizzo ottimale.*

di Chiara Cossu

**T**ra Mixing Glass e Bar Spoon c'è un sodalizio che permette al bartender di mescolare gli ingredienti, raffreddare il cocktail e controllarne la diluizione.

Parliamo, in sostanza, della tecnica **“Stir and Strain”**, letteralmente *“filtrare e mescolare”*, che è alla base della miscelazione più classica e che permette la realizzazione di cocktail come il **Manhattan**, il **Martini**, il **Martinez** o

il **Vieux Carré**. Tutti cocktail che non hanno bisogno di essere ossigenati e devono semplicemente essere mescolati, raffreddati e diluiti.

## MIXING GLASS

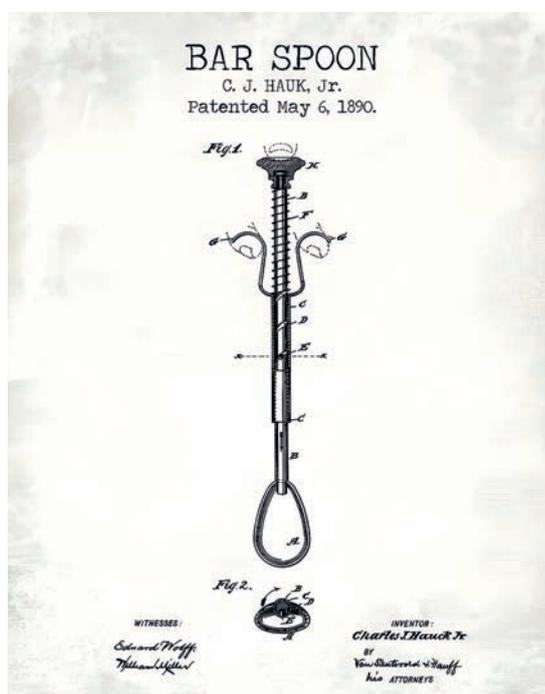
Il **Mixing Glass** è lo strumento essenziale per miscelare un cocktail; è il recipiente dove andremo a riporre il ghiaccio e gli ingredienti del drink prima di versare il tutto nel bicchiere; è lo scrigno magico dove si compie il miracolo e la miscela diventa cocktail. Il suo costo va dalle poche decine di euro alle centinaia, nel caso di prodotti più raffinati. Il materiale più utilizzato per realizzare questo strumento è il vetro, che offre ottime prestazioni, sebbene il tempo di raffreddamento in questo caso sia più lungo rispetto all'acciaio, che solo ultimamente è stato riportato in voga. La forma del Mixing Glass deve rendere il più possibile agevole il gesto di mescolare il drink, consentendo al Bar Spoon di scivolare senza impedimenti sui bordi del recipiente, che avrà una capienza diversa a seconda delle porzioni che dobbiamo preparare. Un particolare essenziale del Mixing Glass è il beccuccio attraverso il quale versiamo il cocktail nel bicchiere: la sua forma e finitura è essenziale per permettere una versata precisa e spesso è proprio il beccuccio a fare la differenza nella qualità di un Mixing Glass. Per un corretto utilizzo del Mixing Glass, occorrerà sempre raffreddarlo prima dell'utilizzo. L'operazione sarà più rapida se utilizzeremo un Mixing Glass di acciaio, semplicemente per il fatto che il metallo è un ottimo conduttore. Da notare anche che il materiale con cui è realizzato lo strumento è determinante, insieme alla qualità e quantità del ghiaccio e al tempo di mescolazione degli ingredienti, anche per quanto riguarda la diluizione del cocktail.

## BAR SPOON

Il **Bar Spoon** è il lungo cucchiaino che si utilizza per mescolare un cocktail; è apparentemente uno strumento semplice, ma in realtà ne esistono molte versioni che differiscono per lunghezza e forma. Il dettaglio che cambia da una versione all'altra è l'estremità che rimane fuori dal Mixing Glass, che potrà es-



sere neutra, a forchetta, decorata o strainer. A rimanere identici sono invece il cucchiaino stesso e lo stelo elicoidale che permette di far roteare il Bar Spoon fra le dita. L'utilizzo di questo strumento è forse una delle cose più problematiche per il neofita: non è, infatti, semplicissimo imparare a compiere quel movimento che permette al Bar Spoon di roteare sui bordi del Mixing Glass. Ci vuole un po' di pratica. ■





## PRO E CONTRO DEI CONTRATTI INTERMITTENTI

*Il contratto di lavoro intermittente in Italia presenta elementi di grande interesse, ma anche rischi da conoscere e mitigare. Come trovare un equilibrio tra le esigenze delle imprese e i diritti dei lavoratori?*

di Matteo Bodei\*



**D**urante i periodi di festività o in concomitanza di concerti, fiere, cerimonie ed eventi sportivi, si verifica comunemente un forte incremento dell'affluenza di persone nei locali e nelle strutture ricettive, con il conseguente aumento improvviso del carico di lavoro per gli operatori.

A questo fenomeno talvolta si aggiungono inattese complicazioni dovute a dimissioni repentine, assenze o indisposizioni improvvisate. Il tutto, in uno scenario di ormai cronica carenza di personale. In tale contesto è maturata l'esigenza di uno strumento contrattuale che consenta di assumere lavoratori con contratti che garantiscano tanto il rispetto della legalità quanto un'ampia flessibilità di orario e uno dei modelli contrattuali che meglio soddisfa questi bisogni è certamente il contratto intermittente: grazie all'assenza di un orario di lavoro prestabilito, esso permette di modulare la composizione della forza lavoro alla variabilità della domanda. Tra i settori in cui è statisticamente più frequente il suo utilizzo, troviamo il turismo, lo spettacolo e i pubblici

esercizi. La legge italiana disciplina il contratto di lavoro intermittente stabilendone i criteri di utilizzo: questo tipo di contratto può essere utilizzato solamente per specifiche mansioni discontinue (camerieri e personale di cucina, commessi di negozio, personale dello spettacolo ecc.) o in presenza di personale rientrante in determinate fasce di età (inferiore a 24 o oltre i 55 anni), in modo da evitarne un uso ingiustificato. La legge tutela anche la salute e la dignità dei lavoratori, imponendo, a coloro che desiderano impiegare personale a chiamata, il rispetto e la piena applicazione delle norme di sicurezza e igiene del lavoro, nonché il divieto di sostituzione, con personale intermittente, di lavoratori in sciopero o in cassa integrazione.

### VANTAGGI E SVANTAGGI

Uno dei vantaggi principali offerti dal contratto di lavoro intermittente è la possibilità di attivare il rapporto di lavoro solo quando è effettivamente necessario. Questo garantisce innanzitutto una maggiore flessibilità per le imprese, che possono adattare il personale



alle esigenze del momento. Grazie a questo contratto, il datore di lavoro è tenuto ad assicurare una retribuzione variabile, commisurata alle effettive ore lavorate, riducendo così i costi aziendali e agevolando anche l'occupazione. Il lavoro intermittente, infatti, può offrire un'opportunità per i lavoratori che altrimenti non avrebbero accesso a un'occupazione regolare. Molti giovani, che per motivi di studio o familiari, non possono impegnarsi in un lavoro con orari fissi, riescono con tale strumento normativo a mettere a frutto le loro competenze e ottenere comunque un reddito proporzionato ai propri sforzi. A tal riguardo, è importante precisare che il lavoratore intermittente è regolarmente assunto, dichiarato al Centro per l'Impiego e all'Ispettorato del Lavoro, coperto da assicurazione sugli infortuni Inail e assistito dall'Inps, proporzionalmente al suo effettivo impiego, per quanto concerne la maturazione della pensione e per l'erogazione delle indennità riconosciute dall'istituto

previdenziale in condizioni meritevoli di tutela, quali la malattia e la maternità.

Tuttavia, come ogni altra forma di contratto, anche il lavoro intermittente presenta limiti e mancanze. Una delle principali criticità riguarda il fatto che la quasi totalità dei contratti a chiamata non prevedono un obbligo di risposta da parte del lavoratore chiamato. Nei casi in cui non vi sia un profondo senso di responsabilità e un desiderio sincero di collaborazione, qualora non sia stata accordata una indennità economica mensile minima di "disponibilità", alcuni lavoratori intermittenti non si presentano alla chiamata, senza che il titolare possa ricorrere a strumenti impositivi o disciplinari efficaci.

Altro limite è sicuramente la precarietà del lavoro: i lavoratori che sottoscrivono un contratto intermittente spesso si trovano a dover affrontare incertezza e instabilità. Non avendo un impiego continuativo, devono sperimentare periodi di inattività e l'incapacità di

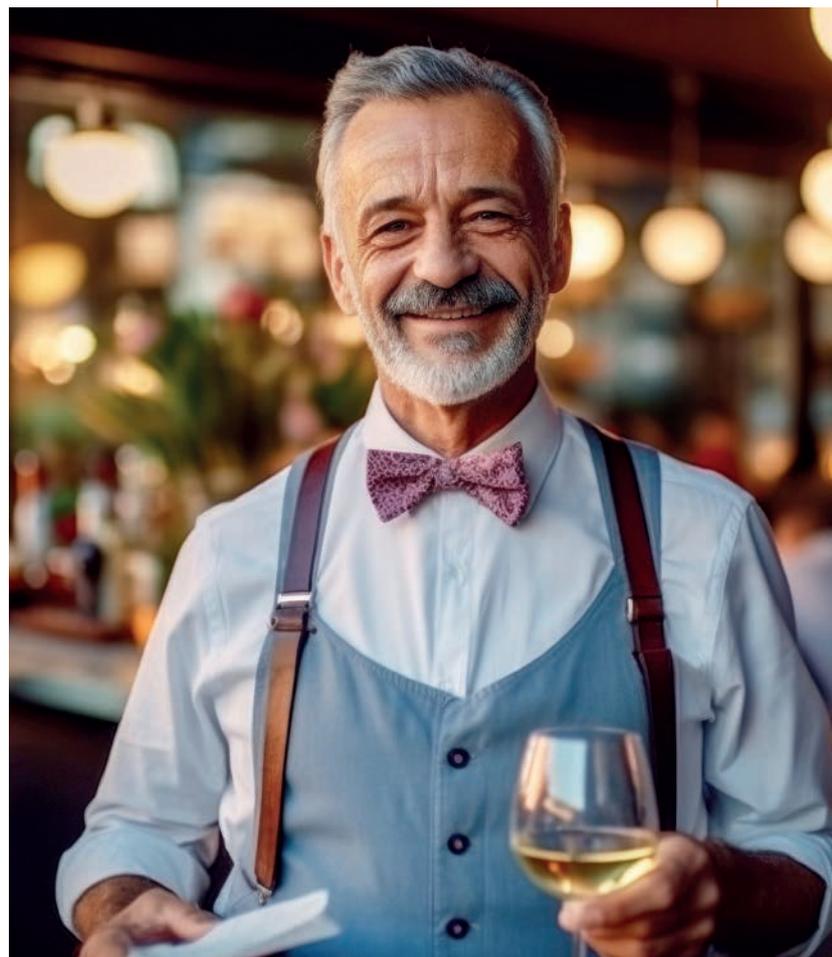
pianificare con certezza il proprio futuro professionale e finanziario. La frustrazione di un eventuale lungo periodo di inattività potrebbe tramutarsi in un'apatia o in uno sconforto tale da indurre il dipendente a non presentarsi mai più al lavoro, anche in caso di richiesta da parte del datore di lavoro.

Inoltre, il lavoro intermittente può comportare una ridotta protezione sociale a causa della natura discontinua del lavoro e alle frequenti interruzioni dell'attività: i lavoratori intermittenti possono avere difficoltà ad accedere a prestazioni sociali come l'assicurazione sulla disoccupazione o comunque patire una riduzione della pensione. Questa mancanza di sicurezza economica può aumentare lo stress e l'insicurezza dei lavoratori, che potrebbero trovarsi costretti a cercare lavoro in settori diversi o a dover dipendere da forme di sostegno pubblico. Il lavoro intermittente, infatti, può contribuire alla formazione di un'economia sottopagata: dato che i lavoratori intermittenti spesso ricevono un salario orario piuttosto che uno stipendio mensile, possono guadagnare meno dei colleghi con contratti a tempo pieno. Ciò potrebbe alimentare la discriminazione retributiva e le disuguaglianze all'interno dei settori interessati, dove la pressione sui prezzi e la competizione sono elevate. Si ricorda infine che allo scopo di non incorrere in specifiche sanzioni economiche, ogni chiamata deve essere anticipata da una comunicazione elettronica che avvisa l'Ispettorato del Lavoro della riattivazione dei reciproci obblighi contrattuali. Un adempimento in più rispetto a quanto previsto per un tradizionale rapporto di lavoro subordinato, la cui omissione comporta sanzioni economiche da 400 fino a 2.400 euro.

Un fattore di rischio e di aggravio amministrativo che va considerato.

### MITIGARE I RISCHI

Per mitigare i fattori negativi citati, è necessario che i lavoratori intermittenti siano adeguatamente formati, coinvolti e tutelati dalla legge. È importante che siano previste opportunità di formazione, crescita professionale e accesso a prestazioni sociali, anche per mezzo del welfare aziendale. In questo senso, stimolare una maggiore proattività dei lavoratori,



anche a livello collettivo e di squadra, con misure di coinvolgimento continuo e politiche di turnazione equilibrata, potrebbe contribuire a una maggiore stabilità e sicurezza per i lavoratori rientranti in questa tipologia.

Il contratto di lavoro intermittente in Italia presenta, quindi, elementi positivi per i titolari di locali, ma anche rischi da conoscere e mitigare: se da un lato offre flessibilità alle imprese e nuove opportunità di lavoro a specifiche categorie di lavoratori, dall'altro comporta precarietà, mancanza di sicurezza e rischi di sfruttamento. Affinché questa modalità contrattuale sia in concreto una opportunità efficace ed equa per tutte le parti coinvolte, è utile fare riferimento a un Consulente del Lavoro di fiducia, per trovare un equilibrio tra le esigenze dell'impresa e i diritti dei lavoratori. ■

*\* Consulente del Lavoro  
iscritto all'albo provinciale di Brescia*

# CORSI FINANZIATI PER BARTENDER? LA FORMAZIONE A COSTO ZERO CON I FONDI INTERPROFESSIONALI

*Gruppo RTS è un network di enti di formazione che opera tramite i Fondi Paritetici Interprofessionali e organizza, in modalità totalmente gratuita, corsi specifici per bartender. Parliamo di formazione finanziata, accessibile anche alle imprese con un numero minimo di dipendenti.*

di Chiara Malla

**I**n Italia esiste il meccanismo dei fondi interprofessionali, attraverso il quale le imprese possono finanziare la formazione anche professionalizzante dei dipendenti, decidendo di aderire a uno dei 19 fondi oggi attivi.

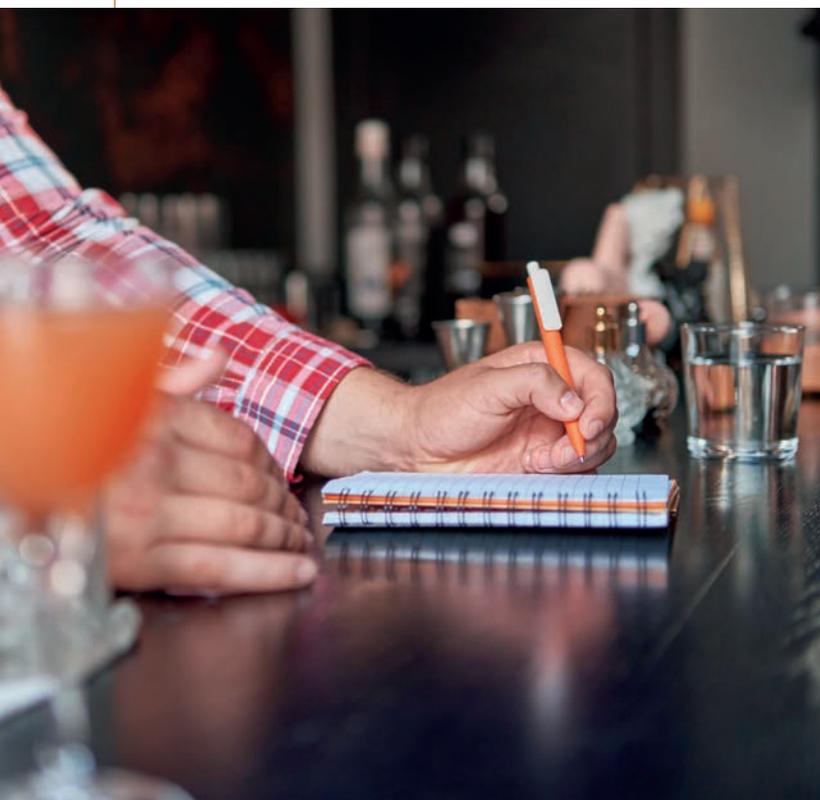
Questi ultimi si alimentano con una parte dei contributi Inps versati obbligatoriamente dalle aziende. L'adesione ai fondi è libera e senza costi aggiuntivi, può essere decisa in qualsiasi momento, così come in qualsiasi momento si può rinunciare o cambiare fondo. Attraverso questi strumenti, anche le micro e piccole aziende possono accedere alla formazione finanziata per i loro dipendenti.

## GLI ENTI DI FORMAZIONE

La formazione e l'acquisizione delle necessarie competenze è fondamentale per svolgere le professioni di ogni settore, compreso quello della ristorazione, in modo efficace, adeguato e professionale. Poter accedere quindi a canali che permettono di risparmiare sui costi, e non sulla qualità, dei corsi, può essere sicuramente d'aiuto in un settore composto di imprese che, in molti casi, contano uno o due dipendenti, a volte anche assunti con contratti intermittenti. Ma come usufruire di questi finanziamenti? Su questo, intervengono gli enti di formazione, che possono accedere ai bandi e ai diversi canali messi a disposizione dai Fondi interprofessionali e organizzare i corsi richiesti.

## LA PROPOSTA DEL GRUPPO RTS

Gruppo RTS è un network di enti di formazione e consulenza specializzati nell'accrescimento delle competenze del personale dipendente, che opera tramite i **Fondi Paritetici Interprofessionali**, in particolare **Formazienda**, di cui è tra i principali stakeholder a livello nazionale, ma anche **Fonarcom**, **Fondimpresa** e **Fondolavoro**. Negli ultimi anni il Gruppo ha organizzato in modalità totalmente gratuita diversi corsi specifici per bartender, che comprendono anche diverse ore di pratica direttamente sul luogo di lavoro. I corsi sono modulabili e prevedono l'utilizzo di due modalità formative: Aula e Training on the Job. Si comincia ogni giornata formativa con una presentazione sulla storia della miscelazione, dagli albori alla contem-



## CONOSCERE LE ORIGINI

### Modalità aula

- Storia delle origini della miscelazione.
- Jerry Thomas, Harry Johnson, William Schmidt e altri grandi bartender del passato.
- Storia delle prime famiglie di drink e loro evoluzione.
- Timeline dal punch al cocktail.

### Modalità training on the job

- Analisi e interpretazione attuale delle ricette vintage. Prove e degustazioni.
- Miscelazione delle materie prime utilizzate nei cocktail internazionali: distillati, liquori, Vermouth e Bitter.
- Attrezzature e postazione di lavoro dall'inizio del servizio alla pulizia e igienizzazione finale.
- Accoglienza della clientela seduta al banco: le domande tipiche dei clienti e come rispondere.

## FOCUS SUI COCKTAIL

### Modalità aula

- Storia e origini del bere miscelato.
- Breve storia dei cocktail.
- Dalla nascita dei primi punch al Martinez e i padri fondatori della mixology

### Modalità training on the job

- Drinks making: tecniche di elaborazione classiche e nuove.
- Dosi/Misure: tecniche di Free pouring, uso del jigger e del metal pour.
- Il barman, il cliente, il banco da bar, attrezzature e bicchieri.

va. Il corso è altamente specializzato su quanto richiesto dall'azienda e mette a disposizione le attrezzature specifiche e gli ingredienti per sperimentare la preparazione delle ricette richieste e proposte all'interno del locale. Ogni programma può essere concordato con la proprietà del locale stesso o con il manager e focalizzato anche su specifiche esigenze. Nei box, sono riportate alcune delle proposte di corsi di formazione del Gruppo RTS. ■

poraneità, così da fornire un background culturale e storico al bartender, e si prosegue con la modalità training on the job, con la quale il partecipante è formato direttamente sul campo in cui già esercita la propria attività lavorati-

## LA MISCELAZIONE MODERNA

### Modalità aula

- La rivoluzione del Modern Bar con Mr Jerry Thomas e Sir Harry Johnson: le ricette e i segreti dei due padri fondatori del bartending moderno;
- L'avvento della mixology moderna.
- Miscelazione molecolare.
- Affumicazione e nuove tecniche.

### Modalità training on the job

- Tecniche di preparazione Internazionali.
- Cocktail I.B.A. e tendenze.

## L'EVOLUZIONE DEI DRINK E DEL BAR

### Modalità aula

- L'evoluzione dei cocktail e della miscelazione moderna.
- Le fasi evolutive della storia del bar: dall'era del pre-proibizionismo alla New Era Cocktail, la merceologia e miscelazione dei grandi classici che oggi spopolano nei locali di tutto il mondo.

### Modalità training on the job

- Twist on Classic: come aggiungere la propria personalità, il proprio estro e la propria creatività nella costruzione di una variante sul tema del "Cocktail Tradizionale" durante il servizio.



## SECONDA EDIZIONE PER MIXOLOGY CIRCUS A RIMINI

*Dal 18 al 20 febbraio alla Fiera di Rimini, nel contesto di Beer & Food Attraction, va in scena la seconda edizione di Mixology Circus. L'evento è un'occasione per incontrare alcuni tra i migliori bartender del panorama italiano e internazionale e per esplorare diversi marchi di Gin, Whisky, Rum e Grappa.*

a cura della redazione

**L'**appuntamento con Mixology Circus è dal 18 al 20 febbraio alla Fiera di Rimini, nel contesto di Beer & Food Attraction, la manifestazione organizzata da Italian Exhibition Group e dedicata all'*eating-out experience*. Mixology Circus, che nel 2024 torna per la seconda edizione, nasce dalla volontà di valorizzare l'arte della miscelazione d'eccellenza e rappresenta un'opportunità per incontrare alcuni fra i migliori bartender della scena italiana e internazionale.

*"Il cocktail va assaggiato e il palato ne diventa protagonista per cogliere le sensazioni, le emozioni e i ricordi che ne scatena",* dicono gli organizzatori. *"A Rimini arriveranno professionisti che mostreranno il loro modo di fare miscelazione e condivideranno la loro esperienza, il loro sapere e l'amore che mettono dentro a ogni bicchiere, per*

*inebriare i nostri sensi".* Otto locali italiani, tra cui i rinomati **Drink Kong, Freni e Frizioni, Jerry Thomas, Tripstillery**, e due cocktail bar internazionali saranno presenti a rotazione nell'area di **Mixology Circus**. Durante i tre giorni di fiera si terranno anche masterclass a cura di esperti del settore.

### SPIRITS PROTAGONISTI IN QUATTRO AREE ESPOSITIVE

Mixology Circus è organizzato in collaborazione con **Samuele Ambrosi**, titolare del **Cloakroom Cocktail Lab** di Treviso, vicepresidente dei **Aibes** (Associazione Italiana Barmen e Sostenitori) e autore di **Anthologin**, libro considerato da molti addetti ai lavori come una vera e propria bibbia del Gin. Oltre a essere esperto del distillato così apprezzato nella miscelazione, Ambrosi è cocktail bar developer, mixologist, trai-

ner ufficiale Aibes e vincitore di premi come l'**Eagle Award** e il **Trofeo Internazionale del Calvados** in Normandia. *“L'obiettivo di Mixology Circus è mostrare come alcuni dei più grandi protagonisti della bar industry interpretano il singolo prodotto”*, aveva detto Ambrosi commentando la prima edizione dell'evento nel 2023. E, a proposito di prodotti, nel 2024 Mixology Circus è articolata in quattro aree espositive dedicate agli spirits di maggiore tendenza: Gin, Whisky, Rum e Grappa. In ciascuna delle aree verticali, ogni azienda ha l'opportunità di mettere in luce le proprie etichette più prestigiose e distintive, offrendo ai visitatori l'occasione di esplorare, degustare e scoprire l'essenza di ciascuna distillazione.



## IL CONTESTO

**Beer&Food Attraction** è l'evento di **Italian Exhibition Group** dedicato al B2B della ristorazione fuori casa, che si tiene in concomitanza con **BBTech expo**, fiera professionale delle tecnologie e materie prime per birre e bevande. Giunta alla nona edizione, la manifestazione ospita le aziende e i brand d'eccellenza non solo dell'universo birrario, protagonista della tre giorni riminese, ma anche dell'intero mondo beverage, presente con marchi di acque, spirits, soft ed energy drink. Beer&Food Attraction è anche una piattaforma di formazione e aggiornamento, che propone approfondimenti su trend di mercato, consumi e temi di attualità. Nell'edizione 2024 tornerà anche l'appuntamento con l'**International Horeca Meeting** organizzato da **Italgrob** (*Federazione Italiana Distributori Horeca*), un'occasione di confronto per la filiera del beverage, che coinvolge le principali realtà produttive e associative di settore per tracciare le rotte future di quest'ultimo. Nel 2023 sono stati 600 gli espositori che hanno animato i 12 padiglioni del quartiere fieristico di Rimini, con una nutrita presenza di top buyer internazionali da 36 Paesi.



Mixology Circus è in programma alla Fiera di Rimini, all'interno di Beer & Food Attraction.

Whisky, Rum, Gin e Grappa sono gli spirits ai quali Mixology Circus dedica le sue quattro aree espositive verticali.





## CAMPAGNA ABBONAMENTI 2024

Il periodico dedicato all'arte della miscelazione



**Abbonati alla rivista per 1 anno!**

Riceverai 4 numeri in formato cartaceo a soli 19,90 €

Vai alla pagina [www.fwcommunication.it/abbonamenti](http://www.fwcommunication.it/abbonamenti)  
o inquadra il QRcode

**MIXOLOGY MAG**  
l'arte della miscelazione

[www.mixologymag.it](http://www.mixologymag.it) | [info@mixologymag.it](mailto:info@mixologymag.it)



 FW Communication

[abbonamenti@fwcommunication.it](mailto:abbonamenti@fwcommunication.it)

## I 500 LOCALI TOP AL MONDO: TREDICI BAR ITALIANI TRA I PRIMI CENTO

Sono stati annunciati a novembre in una cerimonia all'**Hotel de Crillon** di Parigi i primi 100 bar più influenti al mondo. L'evento è stato sponsorizzato dai marchi **Altamura, Bombay Sapphire, Curado, Generous, Paragon, Whistlepig e 1800 Tequila**. Come spiegano gli esperti di **Top 500 Bars**, curatori della classifica: "Nell'era dei big data, dell'intelligenza artificiale e di altre rivoluzioni digitali, ci è sembrato importante che l'industria dei bar traesse vantaggio da queste innovazio-

ni per determinare una classifica globale. Abbiamo quindi aggregato i dati provenienti da oltre duemila fonti sul web, in più di venti lingue. E non abbiamo utilizzato solo le opinioni di esperti, giornalisti e influencer, ma anche classifiche, recensioni su piattaforme, social media e motori di ricerca per completare il set di dati". La classifica del 2023 ha coinvolto 122 città diverse in 53 Paesi e ha visto conferme, come Regno Unito e Singapore, ma anche Paesi sempre più in auge, come Italia e Spagna, e il ritorno degli Stati Uniti. Al numero uno si è posizionato il **Maybe Sammy** di Sydney, che ha strappato la corona al **Paradiso** di Barcellona quest'anno al terzo posto. Sono invece tredici i locali italiani tra i primi 100 della classifica.



### GLI ITALIANI AI VERTICI

- **Drink Kong** (Roma, 17mo posto)
- **Freni e Frizioni** (Roma, 24mo posto)
- **Locale** (Firenze, 31mo posto)
- **L'Antiquario** (Napoli, 32mo posto)
- **1930** (Milano, 34mo posto)
- **Camparino in Galleria** (Milano, 36mo posto)
- **Gucci Giardino 25** (Firenze, 39mo posto)
- **Jerry Thomas Speakeasy** (Roma, 50mo posto)
- **Backdoor 43** (Milano, 54mo posto)
- **The Court** (Roma, 62mo posto)
- **Atrium Bar** (Firenze, 74mo posto)
- **Ceresio 7** (Milano, 88mo posto)
- **Mag Cafè** (Milano, 91mo posto)

## GRAPPA NONINO INGREDIENTE VINCENTE ALLA WORLD COCKTAIL COMPETITION DI IBA

**Nonino** ha annunciato che il terzo classificato alla **World Cocktail Competition** della categoria **Classic** è arrivato in finale con un cocktail che includeva una delle sue grappe. **Atila Bus**, questo il nome del bartender ungherese che si è classificato terzo nella gara tra i migliori bartender al mondo e primo con il team del suo Paese nel campionato a squadre, ha infatti utilizzato la **Grappa Monovitigno Moscato** per il drink che gli è valso il titolo. La finale dell'**IBA WCC** si è tenuta al **Marriott Park Hotel** di Roma ai primi di dicembre. Primo classificato è stato **Leo Ko**, Beverage Manager dell'**Hotel Cordis** di Hong Kong, mentre al secondo posto si è piazzato il portoricano **Josè Valentin**.

## UN INSOLITO PROTAGONISTA PER LE FESTIVITÀ NATALIZIE

**Hendrick's Gin** e **Torre in Fondazione Prada** hanno puntato sul cetriolo come protagonista delle festività natalizie. In realtà, quella del cetriolo è una tradizione che risale ai primi del Novecento ed è nota a livello internazionale: si tratta del **"Christmas Pickle"**, un rito secondo il quale il fortunato che per primo

trova il cetriolino nascosto tra i rami dell'albero addobbato ha diritto a un anno di successi e a un regalo in più. Qual è il nesso con la mixology? Lo ha spiegato **Solomiya**, Brand Ambassador in Italia di Hendrick's Gin: *"I cocktail di tendenza per il Natale 2023 sono caratterizzati dal cetriolo, rinfrescante e dal carattere eccentrico, perfetto dall'aperitivo al dopo cena"*. E proprio per il Natale appena passato **Lorenzo Lunghi**, chef del ristorante Torre in Fondazione Prada, ha realizzato delle proposte culinarie da abbinare a due cocktail a base di Hendrick's Gin: **l'Hendrick's Gin & Tonic** e il **French 75**: *"L'idea è raccontare l'incredibile simbiosi di Hendrick's Gin con il cetriolo attraverso la cucina. Quella che porto in tavola è una storia dove il protagonista assoluto è infatti il cetriolo, declinato in tutta la sua straordinaria versatilità a livello di texture"*.



## HOSPITALITY 2024 STRIZZA L'OCCHIO ALLA MIXOLOGY

**Hospitality - Il Salone dell'Accoglienza** è una fiera internazionale in programma a Riva del Garda dal 5 all'8 febbraio. La manifestazione dedica ampio spazio (il padiglione C3) al mondo del beverage proponendo una vetrina completa sul settore con grossisti, fornitori e produttori di birra, liquori, acqua, torrefazioni e caffè, cantine, infusi, succhi e bevande analcoliche. Gli organizzatori hanno pensato anche a un focus sulla miscelazione con l'area **Riva Pianeta Mixology**, che oltre alle consuete proposte di produttori e distributori di grappe, distillati e spirits e di realtà specializzate negli accessori per il bartending, proporrà degustazioni, masterclass gratuite con le aziende e interventi di esperti e talentuosi mixologist del panorama nazionale e internazionale, che si alterneranno nel programma di formazione per bartender e professionisti della ristorazione e dell'hotellerie. Tra gli ambasciatori della mixology che saranno presenti a Riva del Garda: **Samuele Ambrosi, Giorgio Fadda, Lucia Montanelli, Luca Picchi, Leonardo Pinto e Leonardo Veronesi**. Approfondimenti saranno proposti su Rum, Grappa e Whisky, miscelazione Tiki e tropicale. L'ultimo giorno di fiera, giovedì 8 febbraio, la **RPM Arena** si trasformerà nel palco del Concorso Nazionale dell'**Aibes** (Associazione Italiana Barmen e Sostenitori) dedicato alle giovani leve degli istituti alberghieri e professionali.



## ATHENS BAR SHOW: I NUMERI DELLA TREDICESIMA EDIZIONE

Sono stati 17.000 i visitatori della tredicesima edizione di **Athens Bar Show**, evento che, come hanno detto gli organizzatori, si è confermato nel 2023 “*un ecosistema fedele alla sua visione originale di offrire conoscenza di qualità e utile attraverso prodotti, servizi e formazione*”. La manifestazione ha da sempre l'obiettivo di “*aiutare tutti i soggetti coinvolti a crescere, migliorare e progredire*” ed è riconosciuta come un punto di riferimento dalle più grandi aziende del settore a livello globale. Parallelamente, anche la **Athens Bar Week**, una “*festa*” di cinque giorni, a più livelli e con molte sfaccettature, ha riscosso un grande successo. Alcuni dei migliori bar hanno collaborato con la scena dei bar ateniesi, creando eventi in alcuni dei locali greci inclusi nella lista dei 50 migliori bar del mondo e bar pop-up che hanno trasformato la città in un paradiso di “*esperienze*”, divertimento, cocktail di alto livello e musica. Nello specifico, dal 5 al 9 novembre sono stati organizzati più di 120 eventi in oltre 50 location diverse, portando vita, energia e divertimento in ogni angolo della città. Inoltre, per la prima volta quest'anno, nell'ambito dell'Athens Bar Week, l'organizzazione ha presentato il proprio bar **ABW Speakeasy** al primo piano di **Aiolou 25**, in un edificio neoclassico

del 1800. Un cocktail party con più di 4.800 ospiti ha chiuso poi nel modo più “*esplosivo*” e divertente la settimana. Tra le iniziative più apprezzate: i bar a tema sponsorizzati da **Three Cents**, lo spettacolo di flair bartending del re del genere, **Christian Delpech**, vincitore in più di 20 competizioni mondiali, le esibizioni dal vivo di **Snik**, **Ivan Greco** e **DJ Ovvis** e un DJ set dal vivo dello **Street Outdoors Soundsystem**. Il prossimo appuntamento con Athens Bar Show è nel 2024, il 5 e 6 novembre.



## A FEBBRAIO APPUNTAMENTO CON IL ROMA WHISKY FESTIVAL

È in programma al **Salone delle Fontane** di Roma il 24 e 25 febbraio la dodicesima edizione di **Roma Whisky Festival**, evento dedicato al mondo **Whisky** e **Brown Spirits** (**Armagnac**, **Brandy**, **Cognac** e **Rum**). L'idea degli organizzatori è celebrare il Whisky in tutte le sue declinazioni e di valorizzarlo con un'area interamente dedicata alla miscelazione, che avrà per protagonista il locale capitolino **Oro Whisky Bar**. Tra le altre iniziative c'è anche il premio “**Whisky & Lode**”, che eleggerà i migliori whisky del salone, valutati da una giuria di esperti secondo la regola del blind tasting. Le categorie del premio sono anche per quest'anno Best Scotch Whisky, Best Cask Strength, Best World Whisky e Best American Whiskey.





# A SCUOLA DI MISCELAZIONE CON I CORSI RTS

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

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

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

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

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

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



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

## UN MUST PER OGNI BARTENDER

**Federico Mastellari** e **Giovanni Ceccarelli** hanno scritto una guida attuale sul mondo dei cocktail che, seppure attenta alle novità, non trascura le radici. Il libro, un must per tutti i bartender, si divide in due parti: nella prima sono trattati gli argomenti necessari per capire un cocktail, gusto e sapore, ghiaccio e tecniche di preparazione; nella seconda è proposto un ricco ricettario di oltre 250 drink, fatto di grandi classici del passato e del presente, rivisitazioni e spiegazioni dettagliate delle preparazioni di ingredienti home made. Non mancano poi consigli su come trattare le materie prime, strumentazioni e indicazioni di sapore per imparare a rivisitare e tentare nuove combinazioni.

**TITOLO** Miscelare.  
*Manuale di miscelazione classica, moderna e contemporanea*

**AUTORI** Federico Mastellari  
e Giovanni Ceccarelli

**EDITORE** Hoepli



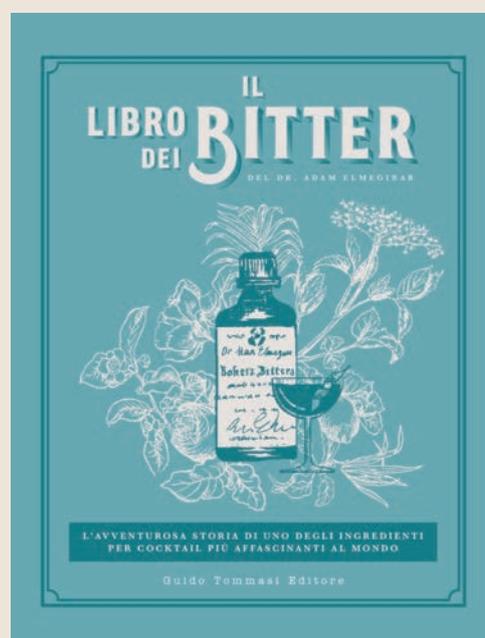
## DIAMO AL BITTER LA FAMA CHE GLI SPETTA

**Adam Elmegirab**, storico ed esperto di Bitter, presenta in questo libro i risultati di quasi un decennio di ricerca, guidando il lettore dalla promozione della prima ora, che esaltava le più o meno anonime bottigliette parlandone come se si trattasse di un vero e proprio elisir, alla nascita dei cocktail, al loro enorme successo nell'Ottocento, per proseguire poi con il crollo della produzione a seguito del proibizionismo. Il Bitter è però tornato in auge come componente essenziale nel lavoro del bartender contemporaneo. L'autore illustra gli ingredienti più diffusi nella sua preparazione, dal bergamotto all'anice stellato, passando per la corteccia di angostura e l'assenzio, con un'interessante parte scientifica dedicata alla degustazione e al sapore dei diversi Bitter. Sono incluse anche 50 ricette create da Elmegirab e dai maggiori bartender a livello mondiale.

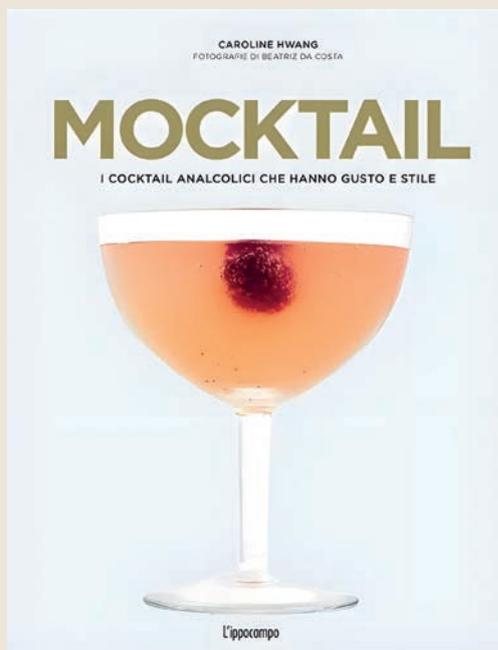
**TITOLO**  
Il libro dei Bitter

**AUTORE**  
Adam Elmegirab

**EDITORE**  
Guido Tommasi



### GLI ANALCOLICI, QUELLI BUONI



Non troverete in questo libro smoothie o milkshake, ma cocktail analcolici rinfrescanti, sorprendenti e seducenti: i **mocktail**!

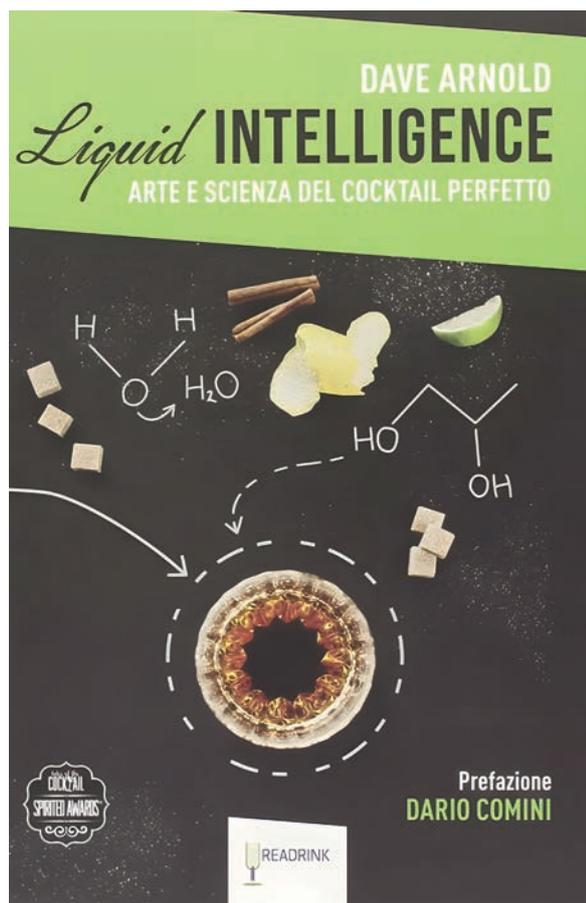
Il termine deriva dalla fusione delle parole “*mock*” e “*cocktail*” ed è l’espressione utilizzata negli Stati Uniti per definire le bevande analcoliche che si possono bere dall’aperitivo in poi, per dissetarsi senza rinunciare al piacere di un cocktail da sorseggiare. Sostituendo la parte alcolica con limonate, Ginger Ale o, semplicemente acqua gassata, si ottengono drink cool e salutisti. Dalle varianti light dei classici **Mojito** o del **Moscow Mule** a mix originali e fruttati, il libro propone oltre 80 ricette di mocktail.

**TITOLO** Mocktail  
*I cocktail analcolici che hanno gusto e stile*

**AUTORE** Caroline Hwang

**EDITORE** L'ippocampo

### TRA ARTE E SCIENZA



**Dave Arnold** è il fondatore e presidente del **Museum of Food and Drink di New York**, insegnante presso l’innovativo dipartimento di Tecnologia Culinaria e presso l’**Università di Harvard**.

In questo suo libro, Arnold mette tutto il suo essere un bartender che opera da scienziato e che è considerato da molti un genio contemporaneo del settore. Nelle pagine di “**Liquid intelligence**” l’autore passa al microscopio il mondo della miscelazione attraverso un approccio scientifico, dall’utilizzo del ghiaccio, al rapporto tra diluizione e raffreddamento, al livello di acidità, alle tecniche più moderne.

Qualche esempio? L’uso innovativo dei sifoni, la versatilità dell’azoto, la carbonatazione, la chiarificazione e il washing. Il libro si apre con la prefazione di **Dario Comini**, mixologist pluripremiato e consulente delle maggiori case liquoristiche, socio Aibes da oltre trent’anni.

**TITOLO** Liquid Intelligence  
*L’arte e la scienza del cocktail*

**AUTORE** Dave Arnold

**EDITORE** Readrink



## IL NETTARE DEGLI DEI VIENE SERVITO ALLA SPINA

VEDERE UNA COCKTAIL MACHINE IN UN TOP BAR È SCONVOLGENTE.  
LA MISCELAZIONE HA VERAMENTE  
BISOGNO DI QUESTO?

di Roy Batty

**L**a miscelazione oggi appare come un'arte nobile, vuole essere considerata al pari dalla cucina e il bartender vuole essere una star. Si cerca in ogni modo di arrivare sempre più in alto: ingredienti che si fanno più raffinati, tecnica innalzata ad arte, gesti, sfumature. L'immagine regna sovrana.

Eppure, la miscelazione è morta. Morta e sepolta. Non avete ancora ricevuto la notizia? Il mestiere del bartender, del mixologist se preferite, non serve più a nulla. L'Anticristo è sceso sulla Terra: è il dominio della macchina, dell'asettico, dell'elettronica, del servire per ottimizzare e portare il margine d'errore allo zero assoluto. La prima volta che ho sentito parlare di cocktail alla spina, la cosa mi è sembrata quasi comica. Non riesco proprio a immaginarmi di ordinare un Manhattan alla spina. Un po' come la prima volta che ho visto una cocktail machine. Schiaccio un tasto e la macchina eroga il drink: ma dove siamo, in un fast food? Mi sembrava totalmente assurdo pensare di eliminare l'elemento umano. Ma è stato quando ho visto per la prima volta una bella serie di spine con la loro cromatura perfetta dietro il bancone di un top bar, che un brivido mi ha attraversato la schiena: la miscelazione era morta per davvero! Trovare cocktail alla spina alla fiera della salsiccia o vedere l'obbrobrio scintillante dovunque occorresse servire centinaia di persone in breve tempo, non mi stupiva: in questi casi la sua utilità era indubbia, sebbene non ci si aspettasse anche la qualità. Ma vederla in un top bar mi ha davvero sconvolto. Non riesco a comprenderne l'utilità, se non il fatto che chiunque fosse in grado di compiere quel lavoro e, quindi, il fatto che non servisse un bartender. Perché rendere così sterile e gelido il servizio, al punto, addirittura, di non dare nemmeno dei nomi ai cocktail e definirli semplicemente con dei numeri e una serie di ingredienti? La miscelazione ha veramente bisogno di tutto ciò? Si va in un locale per socializzare, consumare un cocktail, magari consigliato dal bartender, vivere un'esperienza di gusto e il lato umano, quello che chiamiamo servizio e che troviamo dall'altra parte del bancone, fa la differenza. Altrimenti, tanto varrebbe ordinare un delivery a casa e chi se ne frega del locale e, soprattutto, del rapporto interpersonale con un professionista. Sarebbe un po' come andare in un ristorante sapendo che ogni piatto è surgelato e scaldato al microonde. Eppure, è successo. È reale. Ed eccoci qui: anche l'Ambrosia, signori, è servita alla spina.

# DEDICATO A VOI

## MIXOLOGY MAG

N°3 - 2023 | [www.mixologymag.it](http://www.mixologymag.it)

DIRETTORE RESPONSABILE  
**Virna Bottarelli**  
[v.bottarelli@mixologymag.it](mailto:v.bottarelli@mixologymag.it)

PROJECT MANAGER  
**Luca Tesser**  
[l.tesser@mixologymag.it](mailto:l.tesser@mixologymag.it)

IN REDAZIONE  
**Giorgia Andrei | Chiara Cossu  
Chiara Malla**

SEGRETERIA DI REDAZIONE  
[redazione@mixologymag.it](mailto:redazione@mixologymag.it)

HANNO COLLABORATO  
**Matteo Bodei | Giovanni Campari | Fabiana Canella  
Jacopo Lancerin | Andrea Lazzaretti | Luna Maller  
Federico Mazzieri | Carolina Mirò**

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](mailto:info@mixologymag.it)  
[s.stivala@fwcommunication.it](mailto:s.stivala@fwcommunication.it)

DIFFUSIONE  
[abbonamenti@fwcommunication.it](mailto:abbonamenti@fwcommunication.it)  
Costo a copia 10,00 €

STAMPA  
**Nuova Effe s.r.l.**  
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](mailto:redazione@mixologymag.it)



## GLI INSERZIONISTI

<b>400 CONIGLI</b> <a href="http://www.400conigli.com">www.400conigli.com</a>	PAG. 58
<b>ANTICA DISTILLERIA QUAGLIA</b> <a href="http://www.distilleriaquaglia.it">www.distilleriaquaglia.it</a>	PAG. 16
<b>DREAM WHISKY</b> <a href="http://www.dreamwhisky.com">www.dreamwhisky.com</a>	PAG. 26, 36
<b>FW COMMUNICATION</b> <a href="http://www.fwcommunication.it">www.fwcommunication.it</a>	PAG. 72
<b>GRUPPORTS</b> <a href="http://www.rts-srl.it">www.rts-srl.it</a>	PAG. 76
<b>ILLVA SARONNO</b> <a href="http://www.illva.com">www.illva.com</a>	PAG. 18
<b>LUIGI VICO</b> <a href="http://www.luigivico.it">www.luigivico.it</a>	PAG. 34
<b>MIXOLOGY CIRCUS</b> <a href="http://www.beerandfoodattraction.it">www.beerandfoodattraction.it</a>	PAG. 2
<b>ONESTIGROUP</b> <a href="http://www.onestigroup.com">www.onestigroup.com</a>	III COP, PAG. 1
<b>TERRA WILD SPIRITS</b> <a href="http://www.terrawildspirits.com">www.terrawildspirits.com</a>	II COP, PAG. 40
<b>VELIER SPA</b> <a href="http://www.velier.it">www.velier.it</a>	IV COP, PAG. 4



## IN COPERTINA

Nella miscelazione sono le sfumature a fare la differenza. I grandi cocktail bar sono tali perché a renderli unici è proprio un connubio fatto di eleganza e bellezza. Ma che cos'è l'eleganza? Il termine deriva dal latino "eligere," che significa scegliere: ecco, allora, che l'eleganza diventa una scelta e non potrà mai essere banale, ma sarà sempre preziosa e figlia della bellezza. Così come mai banale, del resto, potrà essere un cocktail che si voglia definire *elegante*.



ALPESTRE.COM

# Scopri i Nuovi 5 volti Alpestre



BEVI RESPONSABILMENTE

distribuito da onestigroup.com



01



02



03



04



05

The MACALLAN

SM  
MC

STELLA & MARY McCARTNEY

