MIXOLOGY MAG

l'arte della miscelazione

LA STORIA
MISCELAZIONE FUTURISTA
ZANG ZANG, TUMB TUMB... CIN CIN !

IL PERSONAGGIO
SALVATORE CALABRESE
LA PAROLA AL MAESTRO

IL LOCALE
L'ANTIQUARIO
IL SAPORE MODERNO DEL PASSATO

SPECIALE
AMARI
UN VIAGGIO NELL'ITALIA AMARA

Miscelazione e Made in Italy una questione di stile

www.mixologymag.it • Anno II • Numero 6 • Edito da FW Communication

FUSETTONE: L'APERITIVO DEL CAMPIONE

DOPO UN PARTITONE BEVI FUSETTONE

Una parte di **Bitter Fusetti**
Tre parti di **soda al pompelmo rosa Galvanina**
Una fetta di **pompelmo rosa**

BEVI RESPONSABILMENTE

BITTER FUSETTI GALVANINA

CLAIRIN

The Spirit Of Haiti

Distribuito in Italia da Velier spa

www.opificiofred.com | +39 328 00 78 768

OPIFICIO FRED | via Gorgazzo 49 - Polcenigo (Pn)

SOMMARIO

Mixology Mag
NUMERO 6

5 **EDITORIALE**
LA GRANDE BELLEZZA
di Luca Tesser

6 **IN COPERTINA**
MADE IN ITALY
MISCELAZIONE E OSPITALITÀ PARLANO ITALIANO
di Pauline Rosa

12 **LA STORIA**
MISCELAZIONE
ZANG ZANG TUMB TUMB... CIN CIN!
di Fabiana Canella

16 **IL PERSONAGGIO**
SALVATORE CALABRESE
LA PAROLA AL MAESTRO
di Virna Bottarelli

20 **IL LOCALE**
L'ANTIQUARIO
IL SAPORE MODERNO DEL PASSATO
di Carolina Mirò

24 **LE CITTÀ**
TORINO
UN GIOIELLO TRA LE ALPI E IL PO
di Chiara Cossu

30 **SPECIALE**
AMARI
UN VIAGGIO NELL'ITALIA AMARA
a cura di Pauline Rosa

36 **COCKTAIL & SPIRITS**
BITTER
UNA TRADIZIONE ITALIANA
di Giovanni Campari

40 **COCKTAIL & SPIRITS**
L'APERITVO
GLORIA E DECADENZA DI UN CAPOLAVORO ITALIANO
di Luca Tesser

44 **COCKTAIL & SPIRITS**
FOOD PAIRING
MIXOLOGY: UNA NUOVA FRONTIERA PER L'ALTA CUCINA
di Luca Tesser

48 **COCKTAIL & SPIRITS**
CLASSIC COCKTAIL
NEGRONI E MI-TO
di Luna Maller

50 **LE TECNICHE**
TEXTURE
L'INGREDIENTE SEGRETO DEI COCKTAIL
di Alfredo Voci

RUBRICHE

28 ATTUALITÀ
54 MARCHI E AZIENDE
56 J.ROGER SUGGESTION
58 PRODOTTI
60 ACCESSORI
62 DESIGN
66 BAR & BUSINESS
68 FORMAZIONE
70 EVENTI
75 DA LEGGERE
79 SPEAKERS' CORNER

IF YOU NEED
SOMETHING "BELLO"
ASK FOR
AMAROBELLO

LA GRANDE BELLEZZA

DI LUCA TESSER

L'Italia è il Paese della bellezza, dell'arte, dell'estro, della genialità e non c'è certo da stupirsi che l'eccellenza italiana sia dominante nel mondo praticamente in qualsiasi campo. Perché siamo creativi ed è come se avessimo direttamente nel Dna una sorta di propensione a distinguerci da tutto il resto.

È così anche nella miscelazione: potete girare tutti i migliori cocktail bar del mondo e vi salterà all'occhio, immediatamente, che l'eccellenza della mixology parla italiano. Non solo dietro il bancone, ma anche in sala, l'accoglienza è cosa nostra e nessuno può dire il contrario: da New York a Londra, da Singapore a Sidney, da Parigi a Pechino, insomma, in ogni angolo del pianeta.

Non so cosa ci renda così incredibilmente unici, forse quel bisogno innato che ci porta a essere creativi o forse il fatto che, come nessun altro Paese al mondo, siamo abituati ad essere circondati da una bellezza che in qualche modo diventa parte di noi stessi, anche, e forse di più, quando siamo lontani dal nostro Paese.
Nella mixology il bartender italiano è una sorta di marziano, riesce a fare cose che non ti aspetteresti mai e a dominare la materia come nessun altro. A questo abbina la gestualità, la convivialità, quella magia che porta gli ospiti a sentirsi a casa e, perché no, anche un po' speciali.

Eppure, il cocktail non è una cosa così vicina a noi italiani. Se ci pensiamo, fa parte del mondo anglosassone, non ci compete granché a livello storico-culturale, eppure siamo riusciti, in qualche modo, a renderlo nostro, a farlo diventare una nostra specialità, senza trasformarlo, ma semplicemente trasmettendogli quella passione che riusciamo a mettere in qualsiasi cosa, rendendolo ancora più speciale.
Sono convinto che questa pura e semplice bellezza che il bartender italiano riesce a trasmettere nei suoi cocktail non può che venire dall'incredibile e atavico legame con la cucina, dove si concentra quasi la nostra essenza, perché l'Italia è cibo, è gusto e non è così difficile trasformare questa propensione in forma liquida.

La creatività italiana è assoluta, vincente e capace di fare la differenza: è questo che ha portato tanti italiani a dominare la scena mondiale della miscelazione, ad essere considerati come l'anima stessa di questo mondo, così maledettamente affascinante.

MADE IN ITALY

MISCELAZIONE E OSPITALITÀ PARLANO ITALIANO

Lavorano in locali di alto livello in tutto il mondo, dal Canada al Messico, dall'estremo Oriente alla più vicina Europa: sono i tanti professionisti italiani del bartending internazionale, che si rivelano perfetti ambasciatori del Made in Italy, capaci di raccontare e valorizzare, dietro al bancone, la passione tutta italiana per la qualità e la convivialità.

di Pauline Rosa

Che il Made in Italy sia sinonimo di tradizione, artigianalità e qualità, è risaputo. Tutti cercano e scelgono un marchio che sia una garanzia, che si tratti di moda, food, vino o spirits.

Proprio nel campo dei distillati il nostro Paese contribuisce in modo significativo in termini di volumi e di performance. E non parliamo solo di prodotti, ma anche di persone: gli italiani sono protagonisti del settore hospitality e veri ambasciatori.

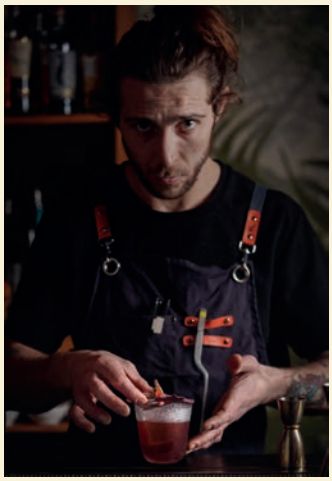
La chiacchierata con **Paola Pavan**, consulente nel settore spirits di base a NYC, è stata d'ispirazione. Gli spirits italiani sono amati tantissimo dal pubblico straniero, ma sono difficili da capire: nella comunicazione c'è una nota di difficoltà che ne limita la capacità di diventare mainstream ed essere conosciuti dal consumatore finale. In giro per i continenti, nelle grandi metropoli e nelle città principali, il livello di conoscenza dei nostri prodotti è più alto, ma in alcune zone *"fuori dal mondo"* il pubblico rimane attaccato, citando **Giovanni Verga**, al proprio scoglio, seguendo l'ideale dell'ostrica e tenendosi stretto ai prodotti locali o, comunque, dei territori vicini.

I PRODOTTI

Il settore italiano degli alcolici ha radici profonde e una lunga storia di eccellenza e tradizione, che si riflette in prodotti che vanno dai classici amari e Vermouth, ai liquori, le grappe e altre tipologie di distillati, come Gin e Bitter. Il Made in Italy nel settore degli spirits rappresenta non solo un comparto economico di rilievo, ma anche un simbolo di cultura e stile di vita, che continua ad affascinare e conquistare mercati internazionali.
La domanda da parte dei mercati globali per gli spirits italiani è in forte crescita. Nel 2023, l'export di bevande alcoliche italiane ha raggiunto cifre importanti, trainato soprattutto da Vermouth, liquori e grappe. L'espansione non riguarda solo i grandi marchi, ma anche produttori più piccoli, che si stanno affermando grazie alla qualità artigianale e alla capacità di raccontare una storia unica legata al territorio.I principali mercati export includono gli Stati Uniti (mercato da sempre affascinato dalla *"Dolce Vita"*), il Regno Unito (dove vi è una forte presenza di connazionali e interesse verso i prodotti italiani, anche in città minori rispetto a Londra), la Germania (Paese che beve essenzialmente birra e vino, ma con un crescente interesse verso i liquori tipici italiani), ma anche Francia, Cina e alcuni Paesi emergenti.
Secondo le statistiche, l'esportazione di spirits italiani è cresciuta di circa il 7% su base annua, con un fatturato complessivo che ha superato i due miliardi di euro. Questa tendenza positiva è sostenuta non solo dalla qualità dei prodotti, ma anche da una strategia di promozione che valorizza il legame con il territorio e la tradizione: quando si parla di comunicare un prodotto, facendo breccia su storytelling di impatto e condividendo emozioni e storie, gli italiani sono bravi, ma l'educazione è sempre un importante pivot per continuare a farsi spazio e superare la concorrenza. Citando **Alex Martyniak**, Direttore Trade Promotion della Camera di Commercio Italiana in Western Canada, molti Vermouth francesi, spagnoli o anche canadesi sono presenti sul mercato locale. Per poter entrare e far apprezzare i propri prodotti è necessario educare la gente.
Il Made in Italy nel mondo non è percepito come una cosa unica: quando si parla di moda, di macchine, di musica, opera e arte, è risaputo che ci sono tantissimi stili e correnti. L'arte italiana non è solo il Rinascimento, così come gli spirits italiani non sono solo le grappe. La chiave per far crescere ancora di più lo status all'estero è quello di essere dei bravi comunicatori, educatori e ambasciatori non solo dei prodotti, ma delle tradizioni e usanze. I professionisti del settore italiani sparsi in tutto il mondo ne sono l'esempio.

DAL CANADA AL BRASILE

Per motivi di lavoro viaggio spesso all'estero, solitamente da



Dall'alto: Massimo Zitti, Valentino Longo e Alexandra Purcaru

Dall'alto: Fabio La Pietra, Lorenzo Antinori e Francesco Delfino

sola. Mi piace visitare i cocktail bar locali, da quelli conosciuti a quelli meno noti, e molto spesso dietro al bancone si trovano connazionali, sia in grandi città che in zone remote (come Ylli Ferati in Alaska), in tutti i continenti. Il mio racconto sulla mixology Made in Italy parte dal Canada, un Paese che mi è sempre piaciuto. La città che visito più frequentemente è Toronto: cosmopolita, viva ed elegante. Qui ho incontrato **Massimo Zitti**, o più semplicemente Massi, un bartender romano che ha lavorato in vari Paesi, tra cui Inghilterra, Spagna e Canada, e che cinque anni fa ha aperto, a Toronto, il Mother, locale che è diventato un punto di riferimento in città. Nel 2022 Zitti è stato premiato come **Canadian World Class Bartender of the Year** e nel 2023 ha allenato il vincitore mondiale **Jacob Martin**. Massi apprezza e utilizza i prodotti artigianali italiani come amari e classici della tradizione, con un twist di innovazione.

Scendiamo negli Usa: c'è a chi piacciono il caos e il tran-tran della Grande Mela e a chi no. Personalmente, appartengo al secondo gruppo. Per rilassarmi durante le mie trasferte a New York City vado a trovare **Antonello Iacca** all'**Old Fashion**. Originario di Taranto, Antonello prese per la prima volta in mano uno shaker in tenera età, giocando con i suoi due fratelli. Giunto nella Grande Mela per vivere di persona quello che vedeva nei film, si innamorò all'istante. Il locale è piccolo e l'ospitalità all'italiana si sente molto: una curata scelta di aperitivi e piatti italiani, con focus sulla tradizione pugliese. E il riferimento ai film non è un caso: l'Old Fashion è stato set di serie famose come **Sex and the City** e **Law and Order**.

Nel 2023 ho scoperto Miami, grazie alla promozione del **Vermouth di Torino**. Lì, tra luci, gente, file davanti al **Sexy Fish**, auto lussuose e tanta umidità, ho collaborato per la prima volta con **Valentino Longo**. Originario di Roma, Valentino ha mosso i primi passi in uno dei migliori bar per l'aperitivo della capitale: il **De Russie**. Dopo Roma, si è spostato a Londra, al **Corinthia** e al **Ritz**, e infine a Miami, dove lo scorso giugno ha realizzato il sogno di aprire il suo (aperitivo) bar, **ViceVersa**, una vera e propria simbiosi tra l'Italia e Miami. Nella cocktail list si possono trovare diverse poli-bibite (proprio grazie a Valentino è nato il mio amore verso **"La Giostra d'Alcohol"**), con un twist tropicale, così come succede per la proposta food. Il tutto all'insegna della *"semplicità complessa"*, il mantra di Valentino.

A Miami c'è un altro bartender italiano: **Marco Pastanella**. Prima di arrivare al **Bar Kaiju** di Miami, attirato dal clima e dalla community italiana, Marco ha vissuto a Londra, New York, New Orleans e Charlotte. L'ho conosciuto a New York durante una guest in occasione di **Bar Convent Brooklyn**. Il fil rouge dietro alla drink list mi ha subito incuriosita: i mostri della tradizione folkloristica da tutto il mondo! Il **"Maskinganna"**, nome di un personaggio del folklore sardo, è un twist sull'**Espresso Martini**, completamente trasparente.

Dagli Stati Uniti ci spostiamo a Sud, per finire a Oaxaca, in Messico. Qui risiede **Alexandra Purcaru**, che da sette anni si divide tra il Messico e Parigi. Un libro di Oliver Sacks, Diario di Oaxaca, un racconto sulla diversità delle piante e delle felci locali, e un corso di cucina con uno chef locale l'hanno portata qui. Con un background in Lingue e Letterature Straniere, la sua passione per il cibo e per gli ingredienti l'ha spinta ad aprire **Selva**, un cocktail bar dalle linee europee, in stile anni Venti, con velluto, ottone e specchi. La selezione dei distillati fa respirare l'italianità: l'offerta di

amari e Vermouth è da record in città. I fiori sempre freschi, il tono della voce che spiega i cocktail, la scelta dei bicchieri: sono tutti dettagli che fanno di Selva una chicca per l'ospitalità in stile italiano. Ancora più a sud, da **Sub Astor**, a San Paolo, in Brasile, troviamo invece **Fabio La Pietra**. Nel 2013, a 23 anni, si ritrova da Londra a San Paolo quasi per caso e, grazie a una guest, ci rimane. La situazione in Brasile supera le aspettative di Fabio: il Paese si rivela molto più produttivo e positivo di quello che si era immaginato. Dal 1800 molti connazionali si sono spostati in Brasile, nello specifico a San Paolo, una città dove gli italiani *"si sentono a casa"*. La diversità, fatta da prodotti locali, culture differenti e scene gastronomiche, permette di essere estremamente creativi, fondendo la tipicità italiana con il *"diverso"*.

IN ASIA E AUSTRALIA

Cosa dire degli italiani in Asia? Tappa obbligata per incontrarli è Hong Kong, dove nel 2019 si è trasferito **Lorenzo Antinori**, già di casa a Seul. Nella Perla d'Oriente Lorenzo inizia a lavorare per **Four Seasons**, ma è però con il suo **Bar Leone** che riesce nel suo intento di celebrare la bellezza delle cose semplici: il bar offre un format *"popolare"*, che, come lui stesso dice, gli ha permesso di focalizzarsi sull'ospitalità, a suo avviso l'aspetto più importante della professione di bartender. Nel suo menù ha inserito dei twist on classic, una scelta per mantenere la creatività e offrire sempre qualcosa di nuovo ai clienti. Non dimentichiamo poi che anche il miglior bar australiano tra i 50 Best è opera di un italiano: **Stefano Catino**. Parliamo del **Maybe Sammy** di Sidney, locale con un format veramente particolare e giocoso, che fa immergere l'ospite, in modo allegro ma con classe, nel mondo dell'hospitality.

DA PARIGI A EDIMBURGO

Concludo il tour tornando vicino a casa per parlare di due fratelli italiani a Parigi: **Matteo** e **Giampaolo Braguti**. Matteo ha iniziato a scoprire il mondo della miscelazione grazie al padre Luca (**FRZ Lab**) ed è approdato nella capitale francese grazie a **Big Mamma**, una catena di trattorie italiane molto note in Francia. Matteo è poi passato al **Dirty Dick**, di cui è responsabile da pochi mesi, dopo avere fatto la classica gavetta. È riuscito a portare nel menù di un cocktail bar conosciuto per lo stile Tiki un po' di italianità, spingendo sui drink Made in Italy, con dei twist tropicali, e ampliando l'offerta di Vermouth e Bitter italiani. Giampaolo Braguti lavora invece all'**Hôtel Lutetia**, situato nel 6eme arrondissement, dopo avere maturato diverse esperienze a Verona. Insomma, l'hospitality all'italiana si respira anche a Parigi. Come succede per il cibo, secondo Giampaolo, anche nella miscelazione è però importante *"educare i local su cosa è veramente italiano e cosa no"*.

Nel giro alla ricerca del Made in Italy non può, infine mancare, *"la città"*: Londra. La city può sembrare grigia, ma nella capitale inglese la mixology è più che colorata. Diverse volte all'anno frequento Londra e il suo charme non mi lascia mai indifferente, anche grazie a una community italiana del settore hospitality, che definirei una vera famiglia, pronta ad accoglierti e farti sentire a casa. A Londra i luoghi e gli amici del cuore sono parecchi, dai più ai meno conosciuti. La prima tappa è nel cuore di Soho, in Frith Street. Di fronte a una sbrilluccicosa insegna di **Nando's**, vi è il **Mimi Hotel**. Appena entrati, si trova subito l'**Henson's Bar & Social**, un elegante locale gestito dal calabrese **France-**

Dall'alto: Elon Soddu, Angelo Sparvoli e Luca Cicalese

Dall'alto:
Gregorio Soriente
e Alex Palumbo

sco Delfino. Francesco iniziò a muovere i primi passi nel mondo dell'hospitality sin da piccolo, lavorando in Australia, Asia ed Europa e studiando al **Jerry Thomas** di Roma, dove lavorò anche. A Londra, dove poi ha messo radici, gestisce con una genuina passione l'Henson's, insieme a un team che vede altri italiani, come **Dario Menichelli** e **Mattia Cavicchia**. All'Henson's si possono trovare grandi classici, ma anche rivisitazioni.
Altri due locali del cuore con un team prettamente italiano dietro al bancone nascono dall'intuito di **Elon Soddu**. Con un passato da DJ e produttore di musica elettronica, Elon arriva a Londra per inseguire il suo sogno di diventare sound designer per movie e videogame. Finisce poi al **Savoy**, che lascia nel 2021. Il suo **Amaro Bar** è stata una piacevole scoperta dopo un'intensa giornata a Imbibe: qui si gustano cocktail molto piacevoli in un'atmosfera gioiosa e si può ammirare una curiosa collezione di bottiglie vintage curata da Elon. Nel 2023, Elon ha aperto poi le porte di **Twice Shy**, un piccolo bar sperimentale con tecniche moderne.
Se poi vogliamo fare un viaggio nella storia, il must è l'**American Bar** all'interno del Savoy. Lì, **Angelo Sparvoli** vi accoglierà con un servizio elegante e raffinato. Arrivato a Londra con l'obiettivo di lavorare all'**American Bar**, dopo otto anni, grazie al suo impegno e alla sua dedizione, ne è diventato Head Bartender. Come lui stesso afferma: *"L'ospitalità italiana è considerata tra le migliori al mondo, e credo che ciò dipenda dal nostro contesto culturale, in cui la convivialità è un valore centrale"*.

Un vero e proprio tempio della miscelazione è quello firmato da *"The Maestro"* **Salvatore Calabrese:** il **Velvet**, all'interno del **Corinthia**. Durante la bella stagione è aperta la terrazza con il format **"Velvet Al Fresco"**. Una piccola oasi inno all'italianità, con una cocktail list dedicata ai grandi classici firmati **Campari Group**. La pizza arriva in terrazza tramite un simpatico sistema *"a carrucola"*. Per l'esperienza after-dinner, il cocktail bar è invece al piano terra. Una volta entrati, ci si immerge in un'atmosfera ovattata, con luci soffuse e un piacevole accompagnamento musicale dal vivo. Dietro al bancone probabilmente troverete **Luca Cicalese**, Head Mixologist, giunto nella capitale nel 2016. Dopo alcune esperienze lavorative, tra cui l'American Bar del Savoy, è entrato nel team del Velvet by Salvatore Calabrese. Altro italiano nel locale del *Maestro* è il toscano **Gregorio Soriente**, trasferitosi a Londra dopo gli studi al Conservatorio e le sue esperienze in diversi cocktail bar toscani. Gregorio ha scelto di posare la chitarra e ha iniziato a far carriera tra alcuni dei cocktail bar più rinomati della capitale inglese, passando anche lui dall'American Bar.
Infine, ricordiamo che la miscelazione di qualità non si trova solo a Londra: i nostri connazionali sono presenti in altre città del Regno Unito. È il caso di **Alex Palumbo**, che inizia a lavorare a 16 anni nella capitale, per poi aprire in Scozia, a Edimburgo, il suo locale **Hey Palu**, insieme alla moglie **Rachel**. A differenza di Londra, Edimburgo è un luogo a misura d'uomo, che ha però la mentalità di una grande città e possibilità finanziare meno pretenziose.
Il locale è una piccola gemma italiana, dove si possono gustare aperitivi, amari e classici. Drink semplici, che però utilizzano ingredienti di qualità. I vari award ottenuti da Alex, tra cui **Top 50 Cocktail Bar UK** (top 5), **50 Best Discovery** e **Best Cocktail Bar in Scotland 2023 - Class Award**, sono testimoni di un format e di una filosofia vincenti.

KREI

ARTIGIANATO AL SERVIZIO DEL PROGETTO

PARTNER IDEALE NEI PROGETTI DI INTERIOR DESIGN,
UN PUNTO DI RIFERIMENTO NEL MONDO DEL MARMO,
DEL COTTO E DELLE SUPERFICI CONTINUE.

MISCELAZIONE

Zang Zang Tumb Tumb... Cin Cin!

Con il loro movimento d'avanguardia dei primi anni del Novecento, Tommaso Marinetti, Fortunato Depero ed Enrico Prampolini anticipano anche la miscelazione moderna. Un viaggio nelle *poli-bibite* della mixology futurista, dalla Guerra in letto alla Giostra d'Alcol.

di Fabiana Canella

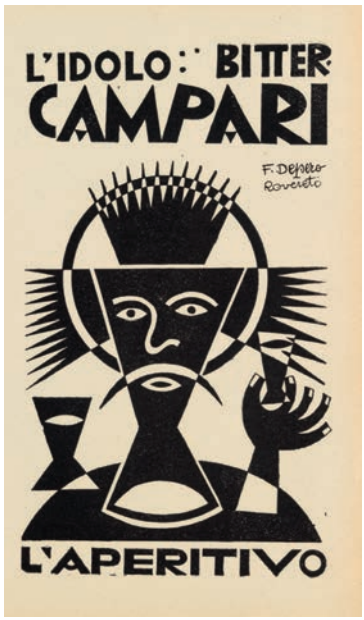
Per capire che cosa succedesse nei bar o, meglio, nei Qui si beve italiani, nei primi anni del Novecento bisogna comprendere il contesto storico-culturale che stava cambiando le sorti del nostro Paese. Siamo nel 1909 quando il poeta Filippo Tommaso Marinetti espone il Manifesto del Futurismo, dando inizio a quello che sarà il movimento letterario, artistico, musicale più avanguardistico d'Europa.

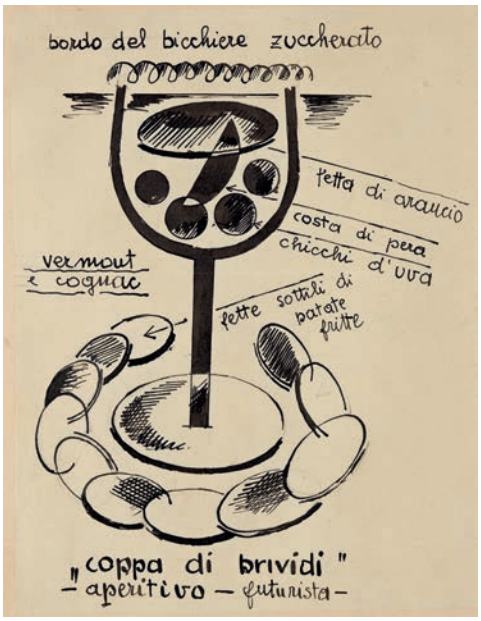
Sono anni di grandi mutamenti, durante i quali le nuove scoperte nel campo tecnologico e dei mezzi di comunicazione, dal telegrafo alla radio, dagli aeroplani alle cineprese, iniziano a cambiare completamente la percezione della distanza e del tempo. Le strade si iniziano a riempire di automobili e di luci artificiali e si inizia ad avvertire una sensazione di futuro. I **Futuristi**, ispirandosi al dinamismo della vita moderna e guidati da una totale fiducia nel progresso, proponevano una corrente artistica, ma anche uno stile di vita, che abbracciava tutti gli ambiti della quotidianità, in totale rottura con il passato, e che celebrava la modernità, la velocità e il dinamismo.

Sopra e in basso, alcune opere di Fortunato Depero, uno dei più noti rappresentanti del movimento futurista, il cui nome è legato anche al marchio Campari.

L'ARTE FUTURISTA E L'OTTAVA ARTE: LA CUCINA

Il movimento è anarchico, provocatore, interventista e innovativo in ogni sua forma di espressione. Pensiamo a **Umberto Boccioni** e **Giacomo Balla** nella pittura con la loro esaltazione del movimento, ma anche ad **Antonio Sant'Elia** nell'architettura con la sua **Città Nuova**, ai suoni sperimentali e dissonanti della musica di **Francesco Balilla Pretella**, ai rumori di **Luigi Russolo** e al teatro plastico di **For-**





LE RICETTE

Guerra in letto

- Liquore Strega
- Pasta di mandorle
- Succo d'ananas
- Rosso d'uovo fresco
- Chiodo di garofano
- Spolverata di noce moscata, pepe rosso e cacao

Grazie alle spezie e agli ingredienti energizzanti, questo cocktail era considerato un toccasana per la fecondazione e le prestazioni amorose.

Giostra d'Alcol

- Una paletta di gelato alla panna
- ⅔ Barbera
- ¼ Bitter
- ¼ Cedrata
- un quadrato di formaggio
- un quadrato di cioccolato amaro

La Giostra d'Alcol è l'unico esempio al mondo di cocktail con il Barbera.

tunato Depero. È proprio quest'ultimo ad affermare che *"un artista senza minimamente sminuirsi può manifestare il proprio senso artistico anche in cucina"*.
I Futuristi, famosi per le loro *"serate"* di gozzoviglie, nel **Manifesto della cucina futurista**, propongono una nuova cucina *"atta a scatenare allegria nei cuori più malinconici e a intensificare la bellezza plastica scultorea delle vivande"*. Avevano fatto proprio il pensiero di **Ludwig Feuerbach** secondo cui *"siamo quello che mangiamo"* e lo stesso Marinetti sostiene che bisogna *"mangiare con arte per agire con arte"*.

MANGIA CON ARTE PER AGIRE CON ARTE

Questa svolta artistica della cucina in un Paese così tradizionalista com'è l'Italia quando si parla di enogastronomia, smuove l'opinione pubblica e apre le porte alla gastronomia moderna. Oltre all'eliminazione della pastasciutta, il Manifesto della cucina futurista predica l'abolizione della forchetta e del coltello, dei condimenti tradizionali, del peso e del volume degli alimenti; auspica la creazione di *"bocconi simultaneisti e cangianti"*, invita i chimici a inventare nuovi sapori e incoraggia l'accostamento ai piatti di musiche, poesie e profumi.
Alla **Taverna del Santopalato** di Torino il menu è considerato un'opera d'arte e, durante i banchetti, la proposta è sempre innovativa e provocatoria: una su tutte, il menu al contrario, che parte da digestivo e caffè per finire con aperitivo e antipasto. In questo panorama culinario viene coinvolta anche la miscelazione, con un desiderio di andare oltre alla classica bevuta liscia, che dominava i momenti di convivialità dell'epoca.

LA MISCELAZIONE DEGLI ANNI VENTI E TRENTA

Che cosa si beve in Italia in quegli anni? Bere alcolici è una pratica alquanto diffusa, per evadere da un contesto di guerre e insoddisfazione che colpisce soprattutto gli strati più bassi della società. Il consumo pro capite di vino è triplo rispetto ad oggi e iniziano anche a moltiplicarsi i momenti di convivialità. La televisione non c'è ancora e la gente si riversa nei bar la sera per bere amari lisci, Vermouth, Fernet, rabarbaro, Bitter, Brandy, maraschini e grappe, al massimo allungati con il seltz. È l'epoca di diffusione dell'Americano, che piano piano inizierà a trasformarsi in Negroni. All'estero sono gli anni in cui si scrive il **Savoy Cocktail Book** e ci sono già i grandi classici della miscelazione, come la **Bartenders Guide** di **Jerry Thomas**. Ma in un'epoca patriottica come questa, si fa fatica a guardare oltralpe e oltreoceano, anche se i futuristi vogliono superare la bevuta liscia tipica italiana incorporando le bevande all'esperienza della cena, rendendola, perché no, anche più allegra.

LE POLI-BIBITE

La principale e più importante innovazione dei Futuristi nel bere miscelato è l'abbandono del dolce-acido/dolce-amaro ereditata dai Punch anglosassoni, a favore del dolce-salato/dolce-piccante, che aprirà le porte anche agli abbinamenti cocktail/cibo. Sono loro i primi a pensare alle garnish come parte integrante del cocktail: pensiamo

alle loro ostie con acciughe, ai datteri arrotolati nel prosciutto crudo, ai peperoncini ripieni di parmigiano, tutti usati come decorazioni funzionali all'economia gustativa ed emozionale del cocktail. Con le loro poli-bibite - sì, perché usare il termine anglosassone *cocktail* non era ammesso nel Ventennio - i Futuristi vogliono riportare l'allegria nei banchetti, proponendo per la prima volta delle bevande che coinvolgono tutti e cinque i sensi, abbinandole con i profumi e con la musica, per dare un vero e proprio effetto *"wow!"*. Un'altra particolarità riguarda il modo in cui le poli-bibite sono classificate: non più con la classica differenziazione all-day, pre-dinner e after-dinner, ma in base all'azione da compiersi dopo la bevuta. Abbiamo così la poli-bibita **Guerra in letto**, che ha una funzione stimolante e fecondatrice, le **Inventine**, che servono per avere idee nuove, le **Snebbianti**, pensate per liberare la mente da qualsiasi dettame morale ecc. I Futuristi propongono le loro misture per la prima volta in contenitori non convenzionali, sono i primi a usare il ghiaccio come bicchiere e a ghiacciare i succhi per ottenerne cubetti gelati. Insomma, se si ha modo di studiare la miscelazione futurista, si scopre che tante cose che oggi consideriamo innovative, erano già state pensate proprio da loro.

IL MANIFESTO DEL MISCELATORE FUTURISTA

I futuristi non scrissero mai un vero e proprio manifesto della loro miscelazione, forse perché considerata un'appendice della loro cucina, ma se volessimo riassumere le regole di un cocktail futurista potremmo descriverlo così: la poli-bibita non ha decorazioni inutili, ma un'unica decorazione suggestiva e determinante che crea sorpresa e coinvolgimento sensoriale; deve essere preparata velocemente da una mente scevra da preconcetti, senza inutili processi teatrali; il miscelatore futurista versa a mano libera, non usa jigger, contagocce o metal pour e ogni poli-bibita è diversa dall'altra proprio grazie alla maestria dell'artista che la prepara, perché deve essere una creazione artistica, unica e irripetibile; la poli-bibita deve essere preparata con prodotti locali e italiani, i prodotti stranieri sono inclusi nelle ricette solo quando manca l'omologo italiano.
La miscelazione futurista è stata sottovalutata per molto tempo ma è indubbio che abbia portato una ventata di innovazione. Il consiglio per qualsiasi bartender alle prime armi è di approfondire lo studio di questo periodo sul libro *La miscelazione futurista* di **Fulvio Piccinino**: scoprirà come quante cose che vediamo oggi nei nostri moderni cocktail bar, sono nate proprio nei "Qui si beve" futuristi.

* Per le immagini si ringrazia **Mart** Museo di arte moderna e contemporanea di Trento e Rovereto. Archivio del '900, Fondo Depero

LE RICETTE

Le Grandi Acque

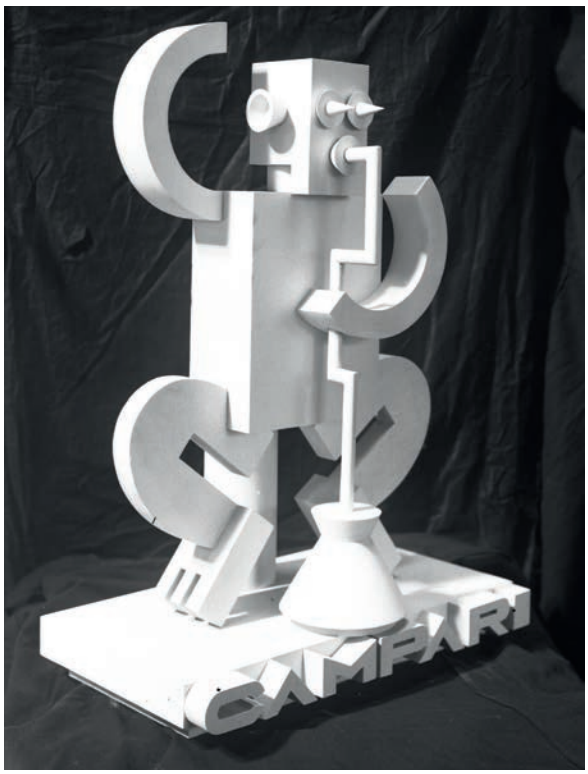
- ¼ Gin
- ¼ Grappa
- ¼ Kummel
- ¼ Anice
- Ostia ripiena di filetto d'acciughe

La ricetta è stata proposta all'Esposizione universale di Parigi. È un cocktail trasparente, con garnish edibile.

Un Ritto

- Una paletta di gelato alla panna
- Ananas a pezzi
- Vermouth
- Menta glaciale
- Nocciolini di Chivasso

La ricetta prevede di versare il cocktail in un cilindro di ghiaccio scavato, cosparso di miele.



SALVATORE CALABRESE

LA PAROLA AL MAESTRO

Conosciuto anche come *The Maestro*, Salvatore Calabrese è uno dei nomi più celebri del panorama internazionale della miscelazione.
Ha lanciato tendenze e ideato cocktail che sono diventati dei classici, esportando, con eleganza, il cosiddetto Italian style.
Creatività, intuito, passione e una profonda conoscenza del mondo dell'ospitalità sono le fondamenta di una carriera costellata di premi e onorificenze.

di Virna Bottarelli

Una storia come quella di Salvatore Calabrese, uno dei nomi più celebri del panorama internazionale della miscelazione, è difficile da condensare in un articolo.
Per fortuna, *The Maestro*, come lo hanno battezzato gli inglesi, che lo conoscono bene essendo lui ormai londinese d'adozione, tra i suoi tanti talenti ha anche una spiccata dote comunicativa e in una piacevole chiacchierata telefonica mi ha parlato della sua vita, della passione per il suo mestiere e della sete di conoscenza che lo hanno portato ai vertici della mixology mondiale. Meglio, allora, lasciare a lui la parola.

La sua storia potrebbe iniziare con un classico: *"C'era una volta..."*. Vuole continuare lei?
C'era una volta un ragazzino di Maiori, cittadina sulla Costiera Amalfitana, che, come si usava all'epoca, negli anni Sessanta, d'estate veniva mandato a lavorare nelle strutture ricettive della zona. Nel 1966, a 11 anni, passai la stagione estiva dietro il bancone del bar all'**Hotel Reginna**, nella mia cittadina. Tutto è iniziato lì, sotto l'ala protettrice del signor Raffaello, colui che posso definire il mio mentore, perché mi ha insegnato le basi del mestiere e le regole dell'ospitalità, un'arte nella quale era un vero e proprio maestro. Era l'epoca della Dolce Vita, si prestava molta attenzione all'eleganza, allo stile.

Quando ha capito che quella del bar sarebbe stata la sua strada?
Amo dire che non ho scelto io l'ospitalità, ma è stata lei a scegliere me. Il mio sogno di gioventù era, infatti, intraprendere la carriera in marina e diventare un capitano di lungo corso, ma un incidente all'occhio sinistro ha compromesso la mia vista e reso irrealizzabile quell'obiettivo. Così, dall'età di diciassette anni, mi sono dedicato a tempo pieno al lavoro nella ristorazione, che offriva molte opportunità, e a 21 anni sono diventato maître all'**Hotel Panorama**, sempre a Maiori.

Ma la Costiera Amalfitana, a un certo punto, non le basta più...
Nel 1976 ho conosciuto mia moglie, nel 1981 ci siamo sposati e nel 1982, proprio su suggerimento di mia moglie, ho risposto a un annuncio di lavoro del bar del **Dukes Hotel** di Londra. È stato l'inizio della mia carriera. Il Dukes era all'epoca un piccolo locale, con sei tavoli e una ventina di coperti, un piccolo gioiello incastonato nel centro di Londra, non molto conosciuto, e con un incasso piuttosto ridotto.

A farlo crescere ci ha pensato proprio lei, con l'idea della Liquid History: ce ne parla?
Mi sono concentrato su come far crescere il locale e ho avuto l'idea di puntare sulla storia, nel senso di portarla nei drink attraverso distillati antichi, in modo che gli ospiti la assaporassero, nel vero senso della parola. Gli inglesi sono sempre stati grandi collezionisti nel mondo del vino, del Whisky, del Cognac, Londra era una città storica e il Dukes stesso aveva un passato affascinante: tutta quella storia meritava di essere conosciuta anche dagli avventori del locale. Così, dopo aver convinto il proprietario del Dukes della bontà della mia idea, ho iniziato a fare ricerche per recuperare bottiglie di epoche antiche. Non è stato facile, ci è voluto del tempo, ma sono riuscito a trovare un collezionista dal quale comprare le prime bottiglie di distillati risalenti a secoli precedenti.

L'appellativo *"The Maestro"*, invece, come è nato?
Credo mi sia stato dato perché ho contribuito a creare la cultura del bere bene e perché, grazie alla mia passione per il sapere, ho una profonda conoscenza del mondo della miscelazione e dei distillati, in particolare del Cognac. Hanno iniziato a chiamarmi The Maestro dopo che ho lasciato il Dukes e sono approdato al **Library Bar** del **Lanesborough Hotel**, sempre a Londra. Qui ho concepito la filosofia del teatro del bar e ideato il Direct Martini, un cocktail che mi ha dato cele-

Salvatore Calabrese
con il team del
The Donovan Bar
di Londra

brità nel mondo della mixology. Ma mi fa piacere ricordare che il titolo di Maestro mi è stato conferito anche formalmente nel 2018, quando la **Fondazione Cologni dei Mestieri d'Arte** mi ha assegnato il riconoscimento di Maestro d'Arte e Mestiere.

Un altro nome che ha decretato il suo successo è quello del Breakfast Martini, nato nel 1996 assaporando una marmellata. Ma che cosa serve di speciale per creare un cocktail che resti nella storia?
Per diventare un classico, credo che un cocktail debba basarsi su ingredienti semplici, ma avere al tempo stesso qualcosa di unico e, cosa non trascurabile, un nome che suoni bene. Nel caso del **Breakfast Martini** l'ingrediente unico è stato la marmellata. Il tutto parte comunque dalla qualità del distillato, che considero un po' come la tela sulla quale dipingiamo il drink: se la tela non è buona, il quadro non durerà nel tempo. Al Lanesborough Hotel ho iniziato a prestare molta attenzione alla qualità dei distillati: usavo i migliori, perché mi consentivano di dare al cocktail una struttura pulita, che si manteneva nel retrogusto. Credo di aver contribuito in questo modo a quella che poi, negli anni Novanta, sarebbe stata la Golden Age della miscelazione, un'epoca nella quale si è affermata l'importanza di usare prodotti di qualità.

In che cosa la miscelazione di oggi è diversa da quella degli anni dei suoi esordi?
Il mondo della miscelazione è molto cresciuto da allora, c'è sete di sapere, conoscere i tanti prodotti che oggi propone il mercato. Negli anni Sessanta ricordo che all'Hotel Reginna avevamo a disposizione una trentina di bottiglie, oggi nelle bottigliere dei locali ce ne sono a centinaia. È cambiata anche la figura del bartender: un tempo il barista era il gradino più basso del mondo dell'ospitalità, il maître, lo chef e il sommelier avevano più prestigio, oggi invece è un profilo professionale riconosciuto e anche ambìto da tanti ragazzi che scelgono questo percorso lavorativo. Ci sono indubbiamente più opportunità di imparare, anche se noto una minore capacità di creare quei drink, semplici, che sanno diventare universali. È un po' come se ogni bartender creasse il proprio cocktail, magari eccezionale, tecnicamente perfetto, ma difficile poi da replicare e, per questo, destinato a rimanere tra le mura di un determinato locale.

Oggi si sente più bartender o businessman?
Ho un animo da bartender che non mi lascerà mai, ma nel tempo ho dovuto anche imparare a essere un uomo di business. Ci sono aspetti gestionali nel nostro lavoro che non sono banali: non si pensi che sia semplice avviare e mantenere un'attività nel nostro settore. Oggi il lavoro del barman è molto più attrattivo rispetto al passato, il settore è cresciuto molto e siamo riconosciuti come professionisti, ma i giovani devono sapere che servono due mani per fare bene il nostro lavoro ed es-

sere un grande barman: una è la mano della miscelazione, l'altra è la mano dell'ospitalità. Si può essere ottimi bartender, bravi nell'arte della miscelazione, ma per avere una carriera duratura e proficua bisogna saper ospitare. Io stesso, anche se non vado quasi più dietro al bancone, entro nei miei locali e mi intrattengo con gli ospiti.

Qual è il requisito principale per un bartender che vuole lavorare in uno dei suoi locali?
È importante che conosca il mondo dei distillati, perché solo conoscendo le caratteristiche e la storia dei tanti prodotti che oggi abbiamo in bottigliera un barman può scegliere quello giusto e consigliare al meglio gli ospiti. È poi altrettanto fondamentale partire dalla cosiddetta gavetta, imparando innanzitutto a muoversi nel locale e dietro al bancone, sapersi così inserire in un lavoro di squadra, cogliendo piccoli dettagli e sfumature dell'ambiente in cui si è calati. Queste sono le basi per crescere professionalmente e io amo vedere i miei *"allievi"* crescere.

C'è ancora qualcosa che pensa di dover imparare?
Certamente: se pensassi di non avere più nulla da imparare peccherei di arroganza. Faccio questo mestiere da quasi 59 anni e ho sempre qualcosa da apprendere, anche magari da ragazzi alle prime armi. Mi piace lavorare insieme ai giovani, ispirarli, ma anche lasciarmi ispirare dalle loro idee.

Ha ricevuto l'Onorificenza di Cavaliere dell'Ordine al Merito della Repubblica ed è considerato un ambasciatore del Made in Italy nel mondo. Ma il Made in Italy nella miscelazione, secondo lei, che cos'è?
Nel Dna degli italiani c'è uno spiccato senso artistico: basta pensare a quante opere d'arte nel mondo portano la firma di un italiano. Questa capacità di creare, di dare un tocco nuovo a ciò che facciamo, è ciò che, come italiani, portiamo in tutti i settori. Siamo bravi a creare sempre qualcosa di diverso, abbiamo una cultura della degustazione unica al mondo e portiamo questi due elementi indiscutibili di italianità anche nella mixology.

CHI È SALVATORE CALABRESE

Nasce a Maiori, località della Costa Amalfitana, nel 1955. A 11 anni inizia a lavorare all'**Hotel Reginna** di Amalfi e da quel momento il settore dell'ospitalità diventa il suo habitat naturale. Dopo essere diventato, a 21 anni, il maître più giovane d'Italia, all'**Hotel Panorama**, nella sua città natale, nel 1980 si trasferisce a Londra. Al bar del **Dukes Hotel**, dove dà corpo alla sua idea della **Liquid History**, e al **The Library Bar**, presso il **Lanesborough Hotel**, Calabrese accumula esperienza e notorietà. La sua carriera nel bartending decolla, è insignito di numerosi premi e onorificenze e apre diversi locali, a Londra e non solo. Nella City inaugura il **Salvatore at Fifty** e il **Salvatore at Playboy**, a Los Angeles il **Mixology 101** e il **Bound by Salvatore**, a Hong Kong il **Salvatore alla Maison Eight** e, ancora, a Londra, il **The Donovan Bar** al **Brown's Hotel**. Più recentemente, nel 2022, è la volta del **Velvet** al **Corinthia Hotel**. Nel 2012 ha creato il celebre **Salvatore's Legacy**, cocktail realizzato con distillati da bottiglie antiche: un **Kümmel** del 1770, un **Clos de Griffier Cognac** del 1788, un **Dubb Orange Curacao** del 1860 e un **Bitter Angostura** degli inizi del Novecento. Portano la sua firma anche lo **Spicy Fifty**, il **Breakfast Martini** e il **Negroni Svegliato**.

L'ANTIQUARIO

IL SAPORE MODERNO DEL PASSATO

di Carolina Mirò

Tutto all'Antiquario parla di classico, ma il segreto del successo di questo locale nel cuore di Napoli sta nella sua atmosfera contemporanea e internazionale, un mix perfetto tra un ambiente che omaggia i più iconici cocktail bar del mondo e una drink list di grande qualità.

In via Vannella Gaetani, a Napoli, dietro a una porta che in passato era l'ingresso di un negozio di antiquariato, si apre il mondo de L'Antiquario, il cocktail bar di Alexander Frezza, Francesco Cappuccio, Vincenzo Cardone, Luigi Pignatelli e Salvatore Grasso.

Il legno scuro degli arredi, i velluti rossi delle sedute, la carta da parati **William Morris** e le luci delle candele sono gli elementi dominanti in questo locale nel centro della città partenopea che, aperto nell'ottobre 2015, avvolge gli ospiti in un'atmosfera stile speakeasy, decisamente classica e internazionale, in omaggio ai cocktail bar più iconici e storici del panorama mondiale. Dietro al bancone, oltre alla **"A"** che spicca al centro della bottigliera, ad accogliere i clienti è la maestria di **Dario Tortorella**, Head Bartender vincitore, all'ultima edizione di **Roma Bar Show**, del titolo di **Miglior Bartender italiano**. Al locale è invece stato consegnato, nel 2023, il premio come **Best Italian Cocktail Bar**, sempre dalla giuria del **RBS**. Nello stesso anno **L'Antiquario** si è piazzato al 44° posto nella Classifica **The World's 50 Best Bars**.

Dario Tortorella, Head Bartender de **L'Antiquario**, e **Alex Frezza**, Bar Manager e socio del locale napoletano. Tortorella è stato nominato Miglior Bartender italiano all'ultima edizione di **Roma Bar Show**. Frezza, classe 1977, è un'icona del bartending italiano

ESSENTIA FOOD & COCKTAIL FINISH

Non limitare la tua creatività, scegli tra i nostri più di 50 profumi il più adatto alle tue creazioni.

Lo staff de **L'Antiquario** è rigorosamente in bianco, per omaggiare la professionalità di chi lavora nell'ospitalità e per dichiarare l'impegno e il livello di competenza richiesto ai professionisti del settore

CHE COSA SI BEVE

L'Antiquario è un classico cocktail bar che serve solo cocktail e champagne. Il suo payoff **"classici, contemporanei, moderni"**, è stato pensato per richiamare il vocabolario del commercio d'arte e per dare uno spunto su come leggere i cocktail e contestualizzarli. *"Per i primi due anni non avevamo cocktail d'autore, il menu era diviso in tre sezioni, classico, contemporaneo e moderno, e ogni sezione aveva cocktail famosi con il riferimento del barista, del bar e dell'anno in cui erano stati creati, dando ai clienti l'opportunità di scoprire e comprendere l'origine di ogni cocktail. Questo perché volevamo costruire le basi per avere clienti consapevoli e, soprattutto, l'opportunità per lo staff di formarsi ampiamente sulle basi del mestiere"*, racconta **Alex Frezza**. Oggi i cocktail classici sono rimasti, ma si è aggiunto un menu di cocktail d'autore che ha fatto de L'Antiquario un punto fermo nella scena dei cocktail italiani, una realtà ben definita con un proprio carattere e una propria personalità. Due dei suoi cocktail iconici sono il **Tè nel Deserto** e il **Negroni Carousel**. Il primo è una rivisitazione di uno dei rituali di ospitalità più famosi al mondo, il tè alla menta nordafricano, in questo caso trasformato in un drink freddo simile al punch fatto con Gin, Orange Curacao, tè alla menta gunpowder, Fernet, zucchero muscovado e lime, servito nelle originali teiere marocchine; il secondo è una minidegustazione di Negroni, tre varianti della classica struttura del celebre drink, **Gin+Vermouth+Bitter**. I tre Negroni sono **Umami** (con funghi shitake e pomodori secchi), **Graden** (con pesca e petali di rosa), **Sospeso** (con caffè napoletano) e sono collocati su un carosello animato, che gira in tondo.

L'Antiquario offre anche una lista di Champagne per classe che varia stagionalmente, una lista di oltre 600 liquori e una selezione di cibi freddi.

Il **Tè nel deserto**, cocktail iconico de **L'Antiquario**. È una rivisitazione, in versione cocktail, del tè alla menta nordafricano, servito in una originale teiera marocchina.

Il **Negroni Carousel**, una degustazione di tre varianti di Negroni servita su una piccola giostra girevole: **Umami** (con funghi shitake e pomodori secchi), **Graden** (con pesca e petali di rosa), **Sospeso** (con caffè napoletano)

TORINO

UN GIOIELLO TRA LE ALPI E IL PO

di Chiara Cossu

Moderna e sontuosa, Torino sa bene come stregare il visitatore, con i suoi viali, le sue meravigliose piazze, i suoi monumenti e le sue vedute sul Po. È una città che trasmette perfettamente il suo glorioso passato, così come il suo essere una città industriale e contemporanea. Energica come poche altre città italiane, è sempre in movimento. È la città del Vermouth e il legame con questo prezioso elemento è, a Torino, alla base della miscelazione, contemporanea o classica che sia. La vita notturna in città è ricca di realtà interessanti: la qualità nella miscelazione è altissima e sono molti i locali che meriterebbero di essere menzionati. Purtroppo, però, le pause estive non ci hanno permesso di valutarne alcuni, che sicuramente avrebbero trovato spazio in questo articolo insieme ai quattro selezionati.

VERMOUTHERIA PELITI'S

Il viaggio nella miscelazione torinese parte da uno dei luoghi che più rappresentano il prodotto alcolico simbolo della città: sua maestà il **Vermouth**. La **Vermoutheria Peliti's** prende il nome dal noto **Vermouth Peliti's**, che nell'Ottocento veniva preparato per la casa reale inglese su richiesta di Edoardo VII. Il locale, sulle rive del Po, è spettacolare, costruito all'interno di una tipica rimessa ai Murazzi, dove un tempo gli approdi e i magazzini fungevano da rimesse per le barche sull'argine Ovest del Po, ora luogo di ritrovo per eccellenza dei torinesi, soprattutto in estate, grazie ai numerosi locali e ristoranti. La bottigliera che si inerpica dietro il bancone, stracolma di Vermouth, lascia senza fiato: del resto il Vermouth non può che essere il protagonista assoluto in questo luogo incantevole, nel quale si respira un'atmosfera conviviale, semplice e intima.
La Vermoutheria Peliti's è perfetta per ritagliarsi una pausa, magari poco prima del tramonto, seduti a un tavolino sull'argine, godersi un buon bicchiere di Vermouth e mangiare qualcosa, visto che la selezione di tapas proposta è interessante e non scontata, capace di fondere classicità e innovazione. Di grande qualità i cocktail della drink list: abbiamo provato il **Golden Negroni** e l'**Americano Ambrato** e li abbiamo trovati davvero ottimi.

BAR CAVOUR

Il **Bar Cavour** è nascosto all'interno del **Ristorante del Cambio**, uno dei ristoranti più antichi d'Italia, davanti a palazzo Carignano. Qui verrete letteralmente catapultati in una dimensione d'incredibile raffinatezza: in questo luogo fuori dal tempo, il **Conte Camillo Benso di Cavour** era un habitué.
Fra arredi sontuosi e un'atmosfera d'altri tempi, seppur calato nella contemporaneità, il Bar Cavour offre una miscelazione di altissimo livello, elegante, moderna e classica allo stesso tempo. È uno di quei posti speciali, in cui lo spirito è rapito dalla bellezza e dalla perfezione: l'atmosfera è intensa, concentrata, piena, fatta di giochi di luci, fra velluti e dettagli curati. Insomma, una tappa obbligata se si passa da Torino per chi ama i locali che riescono a entrarti dentro e stupirti, come veri e propri luoghi dell'anima.

D.o Ulrich

www.marolo.com

Distilleria Santa Teresa dei F.lli Marolo srl
Corso Canale, 105/1 - 12051 Alba (CN)

LA DROGHERIA

Nella meravigliosa Piazza Vittorio Veneto questo locale si distingue per appartenere a quel tipo di locali deve l'ospitalità è sincera, vera, non costruita. A **La Drogheria** ti senti subito a casa, coinvolto, coccolato. La cordialità e l'affabilità del personale sono coinvolgenti. Insomma, è uno di quei locali dove si andrebbe tutti i giorni, per ritrovarsi e scrollarsi di dosso la pesantezza della giornata. Il locale incuriosisce per la sua particolarità, che non passa inosservata: è suddiviso come se si trattasse di un'abitazione, ha diverse stanze con salottini, un grande tavolo e una sala principale con il bancone, arricchito da un bellissimo mobile da spezie con vetrina. La bottigliera è di tutto rispetto, con prodotti di alto profilo.
La miscelazione è moderna e la drink list è veramente interessante, capace di emozionare, grazie ad abbinamenti audaci. Nonostante la propensione per il contemporaneo, anche il classico è eseguito magistralmente: abbiamo provato un **Manhattan** e un **Martini** perfetti. A La Drogheria è possibile anche cenare: la cucina è interessante, indubbiamente orientata alla modernità.

D.ONE

Situato in zona San Salvario, il **D.One** è indubbiamente uno dei cocktail bar più interessanti di Torino. Il locale è ben curato, nel suo stile industrial l'attenzione ai dettagli fa la differenza. Meravigliosa è la sala con i salottini, illuminata con luci basse e calde a creare un'atmosfera vellutata. Il banco all'ingresso domina e si fa notare per il piastrellato bianco e nero in frontale, in contrasto con il piano in legno e la bottigliera dai toni più caldi. La drink list è dedicata al libro di **Jules Verne "Il Giro del mondo in 80 giorni"**, con cocktail strepitosi, ricchi di sfumature complesse e intriganti: la definirei una miscelazione moderna che sa sfruttare a pieno il classico, impreziosita dall'ingrediente di casa, il **Vermouth**. Si sente, insomma, la mano esperta, la volontà di arricchire alchemicamente il prodotto rendendolo unico. Ad affiancare il menù c'è poi una sorta di tributo all'aperitivo e, in particolare, all'**Americano**, con una serie di twist dedicati ai grandi pugili, in omaggio a **Primo Carnera**, detto, appunto, *"L'Americano"*. Anche il cibo è ottimo: hamburger e tapas meritano di essere gustati. Il D.One è un luogo fresco, conviviale, che esce da schemi impostati, per nulla impettito, gioviale e alla mano. Perfetto per bere un ottimo drink, magari accompagnato da qualcosa da mangiare per passare una bella serata con amici.

L'ESTATE VISTA DAL BANCONE

Partesa, società del Gruppo Heineken specializzata nei servizi di vendita, distribuzione, consulenza e formazione per il canale Horeca, ha provato a delineare i trend del consumo di bevande fuori casa per l'estate 2024.

Per quanto riguarda gli spirits, dopo mesi di inarrestabile ascesa, si assesta il trend della premiumizzazione, mentre prosegue quello della miscelazione. In particolare, nella mixology, al Gin, che continua a fare la parte del leone, si affianca, senza sostituirsi, il Tequila, a discapito del Rum, che perde terreno in tutte le fasce. La passione per l'aperitivo di qualità guida poi la crescita di **Vermouth Premium** (soprattutto la denominazione **Vermouth di Torino**) e **Bitter**, con la domanda guidata dal brand ma anche, e soprattutto, dalla qualità degli ingredienti e dalla loro territorialità. Gli amari di qualità sono poi in crescita per il dopocena. Da tenere d'occhio, infine, è il Limoncello, che sembra ritrovare una nuova primavera con la miscelazione.

ADDIO A BENITO NONINO

È morto l'8 luglio all'età di 90 anni **Benito Nonino**. Nato il 6 febbraio 1934 a Percoto (UD), Nonino è stato un Maestro Distillatore, considerato come l'uomo che ha rivoluzionato la Grappa nel mondo grazie alla sua dedizione totale alla ricerca della qualità assoluta. La distilleria da lui costruita opera esclusivamente in tempo di vendemmia, 24 ore su 24 e conta 66 alambicchi, che lavorano con metodo discontinuo artigianale, per rispettare la qualità assoluta della vinaccia, distillata appena fermentata. Nel 1973, con una distillazione con metodo artigianale goccia a goccia, ha ottenuto la Prima Grappa Monovitigno® della storia, la **Picolit**. Negli anni l'azienda di famiglia, oggi gestita dalle figlie **Antonella**, **Cristina** ed **Elisabetta**, è diventata un marchio di fama internazionale, simbolo della qualità Made in Italy nel mondo.

ALCOLICI NEL MONDO: BUONE PROSPETTIVE PER GLI SPIRITS

Secondo i più recenti rapporti pubblicati dall'**International Wine & Spirits Research** e dalla **World Spirits Alliance**, una vera ripresa del mercato delle bevande alcoliche arriverà nel 2025, dopo un 2024 contrassegnato ancora da incertezze. A guidarla saranno India, Cina e Stati Uniti, ma i numeri non saranno comunque esplosivi: la previsione è di un +1% all'anno da qui al 2028. A pesare sulle previsioni sono le pressioni sul costo della vita in tanti mercati importanti, le spinte salutiste, l'aumento dei costi delle materie prime e dei trasporti e le tensioni internazionali. Guardando alle categorie merceologiche, i superalcolici potrebbero superare il vino, seguendo una tendenza in crescita già vista nel 2022, quando gli spirits a livello globale hanno pesato, in volume, per il 9,9%, poco meno del vino, che invece aveva una quota del 10,4%. In valore gli spirits superano già il vino - valgono il 42% del mercato mondiale, seguiti dalla birra (40%), mentre il vino vale il 16% - e tra il 2019 e il 2022 sono cresciuti del 16%.

DEHORS: ARRIVANO NUOVE REGOLE

Il disegno di legge per il Mercato e la Concorrenza approvato dal Consiglio dei ministri lo scorso 26 luglio contempla anche la riforma dei dehors degli esercizi pubblici. Secondo il Governo, il decreto riporta *"regole certe, ponendo fine alla giungla che caratterizza il settore, incentiva gli investimenti migliorando la ricettività e il decoro urbano"*. Nello specifico, il Ddl stabilisce che entro un anno dall'entrata in vigore della legge è prevista l'emanazione di un decreto legislativo, su proposta del Mimit e di concerto con i Ministeri dell'Interno, della Giustizia, della Pubblica Amministrazione, del Turismo e delle Infrastrutture, per riordinare e coordinare la concessione ai pubblici esercizi di spazi e aree pubbliche di interesse culturale e paesaggistico per l'installazione di strutture amovibili funzionali all'attività. Si prevede, inoltre, che i Comuni adeguino i propri Regolamenti per garantire, in particolare, adeguate zone per il passaggio dei pedoni e delle persone con limitata o impedita capacità motoria nel caso di occupazione di marciapiedi. Fino al 31 dicembre 2025, e comunque fino alla data di entrata in vigore del decreto legislativo, vengono prorogate le norme del 2020 connesse alla pandemia di Covid.

AMARI

UN VIAGGIO NELL'ITALIA *AMARA*

Non più relegati solo al ruolo di digestivo, gli Amari si sono ritagliati uno spazio interessante nell'arte della miscelazione, grazie alla loro capacità di aggiungere complessità e profondità ai cocktail. Dai marchi storici ai piccoli produttori artigianali, fino alle creazioni casalinghe, ogni Regione italiana ha in questo campo una propria tradizione.

di Pauline Rosa

Quando si beve un Amaro, non si sta bevendo una semplice bevanda. Si sorseggiano, infatti, cultura, tradizione e artigianalità. La categoria "Amari" ha origini antichissime: come è risaputo, le preparazioni a base di erbe e spezie venivano utilizzate per sfruttare le loro proprietà curative.

Con il passare del tempo, sono diventate un must da consumare sì a fine pasto, ma anche in miscelazione, per creare drink con profili aromatici ricchi. In latino, *"amarus"* significa "amaro". Un nome di fatto: l'elemento principale della categoria è l'amarezza. Gli Amari nascono dall'infusione di erbe, fiori, radici, spezie e cortecce in una base alcolica. Naturalmente, in base agli ingredienti utilizzati e alle quantità, le ricette sono infinite, così come le combinazioni di sapori. L'amarezza data dalle botaniche viene bilanciata aggiungendo zucchero. A seconda delle ricette e delle tradizioni locali, si possono trovare amari più dolci, da consumare anche come aperitivo, e altri più intensi, per il dopo pasto.

TIPOLOGIE E PRODUZIONE

Non ci sono delle vere e proprie tipologie di Amari. Ogni regione e brand ha la propria ri-

cetta. Gli **Amari Erboristici** richiedono un uso predominante di erbe officinali e spezie e, solitamente, hanno un profilo aromatico e complesso. Quando la ricetta prevede l'utilizzo di agrumi, come arance, limoni e bergamotto, si può parlare di **Amaro Agrumato**. Le zone alpine sono rinomate per la produzione di toccasana: gli **Amari Montani** nascono da erbe alpine locali, bacche e radici. Protagonisti della produzione di Amari, sin da tempi antichi, sono stati i monaci: gli **Amari Monastici**, nati prevalentemente per scopi medicinali dentro a celebri monasteri, sono prodotti ora conosciuti in tutto il mondo. Quando si parla di Amari, c'è però una certezza: per saperli produrre bisogna saper ascoltare il tempo ed essere rigorosi, precisi, curando in ogni dettaglio la raccolta e selezione delle botaniche. Vi sono diverse tecniche di estrazione: la macerazione, un metodo di infusione a freddo che estrae i principi attivi dalle materie prime con solventi alcolici o idroalcolici, la distillazione, un processo che permette di ottenere gli oli essenziali, mantenendo delicatezza nei profumi e abbassando il livello di amarezza, e la decozione, una tecnica utilizzata per trattare legni e cortecce, che implica un'estrazione a temperature molto vicine al livello di ebollizione e l'aggiunta poi di alcol. Generalmente, le botaniche vengono trattate separatamente, in modo da poter avere più bilanciamento nel prodotto finale. L'ultima fase del processo è il riposo, che permette ai sapori di amalgamarsi.

GLI AMARI IN MISCELAZIONE

Gli Amari sono delle chicche nell'arte della miscelazione, grazie alla loro capacità di aggiungere complessità e profondità ai cocktail. A seconda del grado di amarezza e delle botaniche utilizzate, essi possono dar vita a combinazioni sorprendenti o a drink semplici ma ricchi di sapore. Ogni regione italiana vanta le proprie tradizioni in fatto di Amari, dai marchi storici ai piccoli produttori artigianali, fino alle creazioni casalinghe. Non più relegati solo al ruolo di digestivo, gli Amari si rivelano ingredienti versatili per cocktail innovativi e originali. Ecco una selezione di prodotti utile per ampliare la vostra offerta di Amari.

AMARA

Amara è l'Amaro siciliano che incarna l'essenza della Sicilia. Nato alle pendici dell'Etna, questo prodotto utilizza le prelibate "Arance Rosse di Sicilia IGP", coltivate senza sostanze chimiche negli aranceti in Contrada San Martino. Ogni arancia viene selezionata a mano, sbucciata con cura e messa in infusione multipla per sette volte con alcol ed erbe spontanee dell'Etna. Viene poi aggiunta acqua purissima delle sorgenti vulcaniche. Amara è una celebrazione della Sicilia: un Amaro artigianale con un'identità regionale forte, che sprigiona profumi intensi di agrumi e zagara. È un inno all'estate siciliana e alla tradizione agricola della famiglia, che si impegna a rinnovare e valorizzare gli aranceti locali. La coltivazione sostenibile, con un sistema di irrigazione a goccia che riduce il consumo d'acqua del 30%, dimostra l'impegno verso l'ambiente. Amara non è solo un ottimo digestivo, ma anche un ingrediente versatile per cocktail creativi. Questo liquore rappresenta una sintesi perfetta di qualità e tradizione, portando nel mondo l'eccellenza dell'arancia rossa dell'Etna.

AMAROBELLO

Riccardo Soncini, volto noto del panorama della miscelazione nazionale e non solo, è il creatore di AmaroBello, un nuovo amaro 100% Made in Italy. Nato in Emilia e proprietario di due locali a Reggio Emilia, Soncini ha voluto creare un prodotto che racchiudesse l'essenza dell'Italia.

AmaroBello è realizzato con botaniche selezionate da tutto il Paese, e la sua bottiglia, dal design minimalista in vetro riciclato con sfumature azzurre, richiama uno dei colori simbolo italiani. L'elegante etichetta nera evoca lo stile delle grandi maison di moda italiane, mentre il nome "Bello" rappresenta la bellezza e la positività delle esperienze italiane. Il prodotto presenta un gusto morbido, caldo ed elegante. I toni sono accesi e i riflessi brillanti. È un amaro semplice, ma ricco di sapore, grazie alle note amaricanti date da rabarbaro e genziana, arricchito da aromi di mandorla, rosmarino, ginepro e note agrumate di chinotto, arancia dolce e bergamotto.

AmaroBello si può gustare liscio a 10° o con ghiaccio, ma il suo finale leggero e floreale, con la freschezza della melissa e il profumo dei fiori di sambuco, lo rende estremamente versatile in miscelazione. Un esempio? Il *Negrello*, un twist del classico Negroni che con AmaroBello acquisisce spiccate note balsamiche.

BORDIGA 1888

L'**Amaro Chiot Montamaro** è una delle gemme della storica distilleria **Bordiga**, fondata nel 1888. Questo Amaro rappresenta la quintessenza della tradizione artigianale, affinata da cinque generazioni di distillatori.

Realizzato seguendo ricette storiche, Chiot Montamaro è un esempio di come Bordiga unisce sapienza antica e innovazione. Preparato con fiori ed erbe alpine raccolte a mano nelle Alpi Marittime, il prodotto riflette l'attenzione della distilleria per ingredienti naturali e di alta qualità. Le botaniche sono selezionate con cura e lavorate senza pesticidi, conservando l'autenticità dei sapori.

L'infusione e la distillazione avvengono seguendo metodi tradizionali, mantenendo viva la tradizione di Bordiga. Al naso, Chiot Montamaro offre un bouquet di note balsamiche e mentolate, mentre al palato si rivela equilibrato e aromatico, con una persistenza di note erbacee e agrumate. Ogni sorso racconta la storia di Bordiga, che dal 1888 continua a produrre liquori di alta qualità, rispettando il suo heritage e guardando al futuro con innovazione.

DISTILLERIA ELETTRICO LIQUORIFICIO IL RE DEI RE

Fondato nel 2012 a Livorno, il **Liquorificio Artigianale Il Re dei Re** si distingue per l'alta qualità e la cura del packaging dei suoi prodotti. Nonostante la sua giovane età, il marchio si è subito affermato grazie all'uso di materie prime selezionate e a metodi di produzione tradizionali e artigianali. Nel 2016, il liquorificio ha aperto una nuova sede per migliorare il controllo della produzione, dalla macerazione all'imbottigliamento, mantenendo sempre viva la tradizione e l'importanza culturale del passato.

Fabio Elettrico, fondatore e appassionato distillatore, segue personalmente ogni fase della produzione, dalla selezione maniacale delle materie prime fino all'applicazione a mano delle etichette. Un esempio emblematico della loro produzione è **Amarangela**, un amaro artigianale creato in onore della **"Mamma Angela"**.

Questo Amaro, che risale agli anni Settanta, è prodotto con infusi di erbe aromatiche e spezie, seguendo le antiche ricette liquoristiche. Di colore verde intenso, l'Amarangela si apre con aromi delicati di spezie ed erbe, offrendo al palato un sapore pulito e speziato, leggermente amaricante, estivo e beverino, che non stravolge per niente il drink.

KLOSTER NEUSTIFT ABBAZIA DI NOVACELLA

Nel cuore dell'Alto Adige/Südtirol, il **Klosterbitter** dell'**Abbazia di Novacella** rappresenta una tradizione preziosa. Il Klosterbitter è un Amaro digestivo peculiare, rinomato per il suo profumo intenso e balsamico.Prodotto artigianalmente dai monaci dell'abbazia, utilizza pigne e germogli di pino mugo, un sempreverde delle alte montagne che resiste ai climi rigidi. I germogli e le pigne vengono raccolti a metà giugno nei boschi e pascoli dell'Abbazia. Questi ingredienti conferiscono all'amaro un aroma penetrante e un gusto rotondo e avvolgente. Il processo di infusione, che dura cinque mesi, esalta la nota resinosa del prodotto. La degustazione è fresca e rilassante, grazie alle proprietà balsamiche e decongestionanti del pino mugo.

SILVIO CARTA

Nel 1950, **Silvio Carta** avvia la sua azienda a Baratili San Pietro, dedicandosi alla produzione della **Vernaccia di Oristano**. Oggi, a distanza di settant'anni, Silvio e suo figlio Elio continuano a produrre la Vernaccia di Oristano DOC, ma l'azienda si è evoluta, abbracciando anche l'innovazione. Oltre alla Vernaccia, Silvio Carta produce Mirto, London Dry Gin, Vermouth e distillati tipici che portano i profumi della Sardegna nel mondo. Tra le specialità della casa, l'**Amaro Bomba Carta** si distingue per il suo carattere unico. Combinando erbe locali e miele di corbezzolo, questo Amaro è un inno alla Sardegna selvaggia. Di colore ambrato intenso, il prodotto presenta un profumo forte e complesso, con note di erbe officinali, miele di corbezzolo e macchia mediterranea. Al palato, è pieno e avvolgente, con freschezza e amarezza della macchia sarda. Il miele di corbezzolo bilancia la natura selvaggia con un finale balsamico, lasciando persistenti aromi di iperico e artemisi.

LIQUORI DELLE SIRENE

Siamo sul Lago di Garda. Qui, nel 2014, Elisa Carta fonda i Liquori delle Sirene, una linea di prodotti artigianali e naturali, frutto di una ricerca appassionata e di antiche ricette familiari. Ogni botanica, raccolta a mano, viene infusa separatamente, per poi essere combinata in un'unica cuvée, mantenendo un forte legame con la tradizione liquoristica italiana.

La leggenda delle Sirene del Garda, che ha ispirato il nome del brand, si intreccia con la storia di Elisa, cresciuta tra le colline venete e affascinata dalla natura fin dall'infanzia. La sua passione l'ha portata a studiare l'ecosistema del Lago di Garda e a creare liquori che riflettono l'essenza di questo territorio. Grazie ai metodi produttivi artigianali, che garantiscono alta qualità, l'azienda sta facendosi spazio sia in Italia che all'estero.

Canto Amaro è il prodotto che nasce dall'amore per il Lago di Garda e le sue botaniche, ispirato dalla leggenda di una sirena trasformata per amore. Elisa ha utilizzato una ricetta antica, unendo i limoni del Garda, l'amaricante del cardo e della genziana e la dolcezza della vaniglia. Il risultato è un amaro naturale e affascinante. Privo di coloranti e aromi artificiali, questo Amaro è pura espressione della filosofia artigianale di Elisa, legata profondamente al territorio. Da bere *neat*, ma molto interessante anche in miscelazione.

NONINO

Amaro Nonino Quintessentia® nasce da una ricetta storica di famiglia, tramandata di generazione in generazione. Bitter dalla grande personalità, nobilitato con **ÙE® Acquavite d'Uva** invecchiata oltre 12 mesi in barriques di legni pregiati, è riuscito a conquistare i mixologist di tutto il mondo.

Nel 1933, **Antonio Nonino** crea l'**Amaro Carnia** con grappa ed erbe di Carnia. Nel 1984, il figlio Benito e la moglie Giannola segnano una nuova svolta, distillano in un'unica operazione la buccia, la polpa e il succo dell'uva e creano **ÙE®, l'Acquavite d'Uva** che inseriranno, nel 1987, all'invecchiamento.

Nel 1992, l'esperienza di Antonio si fonde con **ÙE®** per dar vita ad **Amaro Nonino Quintessentia®** che viene ora proposto anche nella versione Riserva. Amaro Nonino Quintessentia® è un infuso 100% vegetale e si distingue per il suo colore ambrato e l'equilibrio tra erbe, spezie, frutta e radici, arricchito da ÙE® invecchiata. Al naso e al palato, offre note di erbe e agrumi con una fine armonia. È ideale servito on the rocks con una fetta d'arancia, o come aperitivo in versione **Spritz** o in cocktail raffinati come il ***Paper Plane***. Quest'ultimo, creato da Sam Ross nel 2007, è diventato un classico iconico dei cocktail. Definito **"Modern Classic"** dal **New York Times** e riconosciuto come **New Era Drink** dall'**IBA** nel 2020, il cocktail esemplifica la versatilità dell'Amaro Nonino Quintessentia®.

OPIFICIO FRED

Partiamo dal Friuli-Venezia Giulia. Federico Cremasco, erborista, alchimista e distiller, è l'anima di Opificio Fred, un progetto che fonde tradizione e innovazione nella distillazione friula na. Cresciuto tra i profumi dell'orto botanico vicino casa e ispirato dai liquori fatti in casa dalla madre, Federico ha abbandonato gli studi di ingegneria per dedicarsi alla mixology.

Dopo anni di esperienze in Europa, è tornato in Friuli, dove ha trovato un antico erbario del 1946 che ha ispirato la creazione della linea Fred Jerbis. Il marchio, fondato nel 2014, è un omaggio alla natura friulana, con ogni prodotto realizzato sia con botaniche raccolte a mano dallo stesso Federico, sia con altre botaniche selezionate da altri piccoli produttori italiani. Tra i prodotti più noti vi sono il Gin 43, Vermut 25 e Bitter 34, ispirati al Negroni.

Amaro16 racchiude 16 botaniche raccolte direttamente dagli alberi del Friuli, come tiglio, gelso e cipresso. Ispirato dalle antiche tradizioni e dal legame con gli alberi, Fred ha voluto creare un Amaro che richiama sapori ancestrali.

Le 16 botaniche vengono infuse alcolicamente secondo metodi tradizionali. Il risultato è un Amaro naturale, di colore bruno tenue, con poco zucchero, dal gusto amaricante e fresco, con note erbacee e un tocco di frutti di bosco.

VIERE HÄNTE

I Cimbri utilizzavano le mani per contare. Per arrivare a venti, usavano quattro mani. **"Viere"** vuol dire *"quattro"* e **"Hänte"** sta per *"mani"*. Quattro mani utilizzate per contare fino a venti. Da questa tradizione hanno tratto ispirazione due amici che, dopo il difficile 2020, si sono uniti per creare **Hàntak**, Amaro figlio del brand **Viere Hänte**, che racchiude, con 20 botaniche, l'essenza della Lessinia, altopiano che si estende tra le province di Verona, Vicenza e Trento. Hàntak è un amaro 100% naturale e italiano, prodotto in Lessinia a partire da alcol di cereali e una selezione di botaniche come ruta, china, rabarbaro, carciofo, tiglio, assenzio, genziana, mallo di noce e camomilla. La ruta, con il suo potere esorcizzante secondo le credenze popolari, è celebrata nell'etichetta con il disegno di una strega che attraversa il Ponte di Veja, simbolo di mistero e storia.

Al naso, Hàntak offre un profumo pieno e persistente, con note amaricanti di ruta, genziana e tarassaco, seguite da sfumature agrumate. Al palato, si presenta equilibrato e amaro, con accenti balsamici, quasi mentolati. Questo elisir è un tributo alla cultura, alle tradizioni e al folklore della Lessinia, un connubio tra magia e natura. **Edoardo Bullio**, Head Bartender di **Romeo Verona** e Ambassador di Viere Hänte, ci propone ***Bathanak:*** 50 ml di Amaro Hàntak, 15 ml di succo di lime e Chinotto San Pellegrino.

BITTER

UNA TRADIZIONE ITALIANA

di Giovanni Campari

Sebbene la sua origine sia da attribuire ai Paesi nordici, il Bitter ha avuto una straordinaria importanza nel delineare quello che oggi è divenuto uno dei simboli dello stile di vita italiano: l'aperitivo.

I Bitter si distinguono dagli Amari non tanto per la composizione, quanto, soprattutto, per l'utilizzo: i primi sono usati per l'aperitivo e i secondi per il dopo cena. Ne consegue una derivazione assai prolifica di celebri cocktail pre-dinner che utilizzano Bitter, spesso in abbinamento con il Vermouth rosso. Come tutti i prodotti della liquoristica classica, anche i Bitter hanno una derivazione storica di tipo medicale; già nel rinascimento i liquori infusi con erbe e spezie amaricanti erano utilizzati come digestivi o per curare i malanni (famosi sono i vini ippocratici, antenati dei moderni Vermouth), perché tali sostanze amare sono in grado di stimolare la secrezione di succhi gastrici e perciò favorire la digestione.

Il **Bitter** italiano nasce tra la fine del XIX e l'inizio del XX secolo; spesso erano proprio gli stessi produttori di **Vermouth** a completare la gamma con Bitter e altri liquori molto in voga al tempo. Il colore classico del Bitter è il rosso, che varia dal porpora al cremisi allo scarlatto, e che lo distingueva dagli Amari, di colore bruno e opaco. Senza dubbio questa caratteristica così accattivante ha contribuito in larga misura al successo di questo liquore. Ma non solo il rosso, anche il giallo e

l'arancione erano colori tradizionali dei Bitter, colori sgargianti per un liquore da aperitivo, rito che in Italia si diffonde inizialmente soprattutto nelle regioni del nord, in particolare a Torino. Qui, nel 1786, **Antonio Benedetto Carpano** inventa il Vermouth, vino liquoroso che ha rappresentato il classico aperitivo dello Stato Sabaudo, prima, e del Regno d'Italia, poi. Ma l'elemento di successo che consacra il Bitter alla storia è proprio l'intuizione che un Amaro a una gradazione più bassa potesse essere bevuto come aperitivo, in sostituzione o in combinazione con il Vermouth.

PRODUZIONE

I Bitter sono liquori costituiti da acqua, alcol, zucchero, composti aromatici e amaricanti derivati da molti ingredienti botanici (radici, scorze di agrumi, erbe amare, erbe aromatiche, droghe amare, aromatiche ed amaro-aromatiche) ed eventualmente coloranti. Nel suo libro **"Amari e Bitter, storia e produzione dagli speziali ai bartender"** (ed. Graphot, 2019) **Fulvio Piccinino**, uno dei massimi esperti italiani di Vermouth e liquori, dà una eloquente dissertazione sia storica che produttiva di Bitter e Amari.
Gli ingredienti botanici utilizzati per la produzione del Bitter devono subire una estrazione delle loro componenti aromatiche e amaricanti; possono essere estratti mediante tinture, enoliti, alcolati, idrolati, distillati.
Le tinture sono ottenute mettendo a macerare per infusione le botaniche in una soluzione idroalcolica; possono essere singole, cioè derivate da una singola pianta, oppure composte, se derivano dalla combinazione di più piante. Le botaniche utilizzate sono normalmente essiccate, qualora venissero utilizzate fresche le si definisce madri. In liquoristica si usano prevalentemente le botaniche essiccate, tuttavia, nella mia personale esperienza ho riscontrato una grande differenza tra una tintura e una madre: le madri degli agrumi, per esempio, apportano molta freschezza e delle sensazioni di frutta fresca mista ad acidità che una tintura ottenuta con scorze essiccate difficilmente avrà. Non esiste una regola, il bello e il brutto della liquoristica è che non è una scienza esatta, le variabili sono innumerevoli e quando si disegna una ricetta bisogna seguire l'istinto. Le tinture hanno una percentuale di alcol variabile a seconda del tipo di pianta, le radici richiedono concentrazioni di alcol maggiori e lunghi tempi di estrazione rispetto ad altre botaniche come i fiori o gli agrumi.
Gli enoliti si ottengono per macerazione a freddo o a caldo di piante aromatiche nel vino, ma poiché la gradazione alcolica del vino è molto inferiore a quella che hanno le tinture, si ha una scarsa capacità estrattiva e perciò non vengono generalmente utilizzati nella produzione dei Bitter, ma per produrre Vermouth e vini ippocratici come il **Barolo** chinato.
Gli alcolati sono il prodotto della distillazione delle tinture, a differenza di queste non hanno mai parti amare ma solo aromatiche, sono spesso utilizzati per aumentare la percezione aromatica delle botaniche senza conferire sapore. L'uso degli alcolati al posto delle tinture permette anche di ridurre la presenza di oli essenziali pesanti e pectine che danno torbidità, astringenza e sensazioni boccali poco gradevoli quando sono presenti in eccesso (queste sostanze, sempre presenti nelle tinture, vengono poi rimosse mediante la filtrazione).
Infine, gli idrolati sono il risultato della distillazione delle piante aromatiche in corrente di vapore; questo processo si usa per separare oli

I **Bitter** sono liquori costituiti da acqua, alcol, zucchero, composti aromatici e amaricanti derivati da molti ingredienti botanici

Il **Campari Soda**, primo premiscelato al mondo tra i drink poco alcolici, nasce nel 1935

essenziali di alcune piante che vengono poste in un cestello attraversato da una corrente di vapore; questo andrà a strippare gli oli essenziali, i quali poi ricondenseranno in un recipiente e si separeranno dall'acqua.
Come abbiamo visto, esistono molti metodi per estrarre i composti aromatici dalle piante e a seconda del tipo di botanica e di ciò che vogliamo realizzare possiamo usare un metodo piuttosto che un altro; tuttavia, bisogna ricordare che per semplicità si suole spesso utilizzare un solo metodo estrattivo. Se per esempio decidiamo di utilizzare quello della macerazione idroalcolica, ovvero quello delle tinture, che poi è anche il metodo più usato, potremo disegnare la ricetta partendo da tinture singole per poi arrivare a definire le proporzioni della tintura composta che ci darà il profilo aromatico desiderato. Una volta ottenuto il nostro estratto di botaniche, che ha la composizione aromatica desiderata, dobbiamo procedere a diluirlo, zuccherarlo e filtrarlo. La riduzione del grado alcolico è una procedura importantissima per ottenere una gradazione ottimale, poiché la base di partenza è quasi sempre di grado superiore, per permettere una estrazione più efficiente dei composti aromatici. La diluizione con acqua porta sempre a un intorbidimento della soluzione, questo perché gli oli essenziali, gli acidi grassi e gli alcoli superiori possono dare luogo a reazioni chimiche durante la diluizione. Normalmente la diluizione e l'aggiunta di zucchero avvengono simultaneamente, ovvero si aggiunge acqua e una quantità calcolata di zucchero in essa disciolta: uno sciroppo di zucchero.
Quando si aggiunge lo sciroppo di zucchero, che contiene acqua, la soluzione diventa meno capace di mantenere gli oli essenziali in soluzione, ne risulta perciò un aspetto torbido. Per togliere la torbidità è necessario operare una filtrazione; che avviene generalmente a freddo: infatti, le basse temperature permettono di separare meglio le molecole pesanti come acidi grassi, colloidi che si sono formati, oli essenziali e anche alcuni aromi. La temperatura di filtrazione e la dimensione dei pori della membrana del filtro sono due parametri fondamentali; più i pori sono stretti e la temperatura bassa e maggiori saranno le ritenzioni delle molecole, ne risulterà un prodotto filtrato sempre più limpido e meno ricco di aromi man mano che si abbassa la temperatura o si usa un filtro con pori più stretti

CAMPARI, IL BITTER PIÙ FAMOSO AL MONDO

Gaspare Campari nacque a Cassolnovo, all'epoca nel Regno di Sardegna ma oggi provincia di Pavia, da una famiglia di agricoltori; nel 1842 si trasferì a Torino per studiare i liquori e approfondire la propria conoscenza sui distillati e qui conobbe fortunosamente **Teofilo Barla**, maestro pasticcere di Casa Savoia, che lo raccomandò a **Giacomo Bass** quale apprendista nella sua famosa liquoreria e confetteria di piazza Castello a Torino. Nel 1850 tornò a Novara dove, grazie ai suoi studi ed esperimenti, approderà alla scoperta di alcuni liquori dal gusto innovativo e dal nome stravagante. Tra questi, quello di maggior successo fu il **"Bitter all'uso d'Hollanda"** di color rosso rubino, che divenne così popolare da meritarsi il soprannome "Bitter del Signor Campari". Da lì al nome definitivo, **Bitter Campari**, il passo fu breve. Gaspare si trasferì nel 1862 a Milano e alla sua morte, nel 1882, il figlio **Davide Campari** prese le redini dell'azienda avviando i primi stabilimenti e inaugurando nel 1902 quello di Sesto San Giovanni. Nel 1915 aprì i battenti il **Camparino**, in Galleria Vittorio Emanuele, locale che è ancora attivo, e nel 1935 nacque il Campari Soda, primo premiscelato al mondo tra i drink poco alcolici. Servito allora, come adesso, nella bottiglia a forma di calice capovolto disegnata dal

designer futurista **Fortunato Depero**. Depero e Campari sono un binomio indissolubile, l'artista futurista disegna per Campari una serie di manifesti che diventeranno simbolo di un'epoca. Nel dopoguerra Campari punta su una campagna di comunicazione massiva; i manifesti pubblicitari sono firmati dagli artisti più di spicco di quel periodo e diventano punto di riferimento anche per le altre aziende italiane. Campari si è già diffuso e conosciuto in oltre ottanta Paesi, ma in Italia si è imposto come brand affermato: ogni cocktail servito nei locali più chic di Milano contiene il Bitter Campari, dal **Negroni** all'**Americano**, dal **Boulevardier** al **Garibaldi**, così come è presente nei modesti bar di periferia e provincia, più semplicemente mescolato con del vino bianco nel **Campari Macchiato**.

A metà degli anni Novanta una serie di acquisizioni porta l'azienda di Sesto San Giovanni, ora con sede legale in Olanda, a diventare uno dei leader mondiali nel settore delle bevande alcoliche, proprietaria di diversi marchi, tra cui: **Aperol**, **Cynar**, **Crodino**, **Cinzano**, **Glen Grant**, **Wild Turkey**, **Skyy Spirits**, **Fratelli Averna**, **Braulio**, **Bulldog**, **Grand Marnier**, **Espolon**, **Montelobos**.

Nel dopoguerra, ogni cocktail servito nei locali più chic di Milano contiene il **Bitter Campari**, dal **Negroni** all'**Americano**, dal **Boulevardier** al **Garibaldi**

OMOLOGAZIONE O DIVERSITÀ

Senza dubbio Campari è diventato il Bitter per antonomasia, grazie a una diffusione massiccia, un marketing aggressivo e una forte identità di prodotto; tuttavia, negli ultimi tempi, si sono affacciati nuovi produttori di Bitter che cercano di ritagliarsi fette di mercato; alcuni con una differenziazione solo di facciata, proponendo un prodotto palesemente ispirato al Campari, altri cercando di distinguersi per le note fortemente amaricanti o per altre caratteristiche. Tuttavia in pochi, a mio avviso, hanno finora spinto i confini del Bitter verso nuove definizioni dello stile.

Se nel mondo del Vermouth c'è stata più innovazione, quello del Bitter risente forse di un timore reverenziale verso Campari? Siamo pronti per una rivoluzione del Bitter, per reinventare l'aperitivo italiano in chiave gastronomica? Ad oggi sono ancora rarissimi gli esempi in questo senso e, come sempre, sarà il mercato a premiare i brand che sapranno ridefinire il Bitter con nuove identità.

L'AUTORE

Laureato in Scienze e Tecnologie Alimentari, mastro birraio con un track record internazionale di successo, dopo 13 anni vende il suo Birrificio del Ducato al gruppo Duvel-Moortgat e si dedica a Terra Wild Spirits, distilleria itinerante che ha l'obiettivo di portare il *terroir* in distillati e liquori. Inizia nel 2021 con Gin Terrae, tre London dry gin da botaniche selvatiche raccolte a mano in tre regioni italiane (Neve, Onde, Campi) e prosegue nel 2023 con i distillati Padres de la Tierra esplorando tre terre del Messico: Chihuhaua, Durango e Jalisco. È il primo europeo a produrre un Sotol in Messico. Nel 2024 lancia Bitter Parma, un Bitter al Parmigiano-Reggiano.

MIXOLOGY MAG
l'arte della miscelazione

Abbonati per sfogliare l'intero numero di Mixology Mag.

Compila a questo link il modulo per abbonarti.

Mixology Mag è il nuovo magazine cartaceo dedicato alla miscelazione, un'arte che fonda le proprie radici nel XIX secolo. Con il contributo di esperti del settore, Mixology Mag fotografa e racconta il meglio del panorama nazionale e internazionale della miscelazione, puntando l'obiettivo su quel mix di tradizione e innovazione che lo rende unico. Svelare e valorizzare il mondo della miscelazione, evidenziando le eccellenze del settore, è la missione che si propone Mixology Mag, uno strumento di informazione e formazione per le diverse figure professionali del settore (bartender, titolari di locali, fornitori, distributori e agenti di vendita) e per gli appassionati che desiderano approfondirne la conoscenza studiandone tendenze, storie e curiosità.

MIXOLOGY MAG
l'arte della miscelazione