

MIXOLOGY MAG

l'arte della miscelazione

IL PERSONAGGIO
TAKUMA WATANABE
JAPANESEMAN IN NEW YORK

IL LOCALE
OVERSTORY
COCKTAIL CON VISTA

SPECIALE
VERMOUTH
L'ANIMA AROMATICA
DELLA MISCELAZIONE

LE TECNICHE
FERMENTAZIONE
SOUR MASH,
UNA STORIA AMERICANA

*Un viaggio coast to coast
nella miscelazione made in Usa*



GALVANINA®

**L'ECCELLENZA ITALIANA
NELLE BEVANDE ANALCOLICHE
AL SERVIZIO DELL'HORECA**





BOBBY'S®
SCHIEDAM DRY GIN

BEVI RESPONSABILMENTE



SOMMARIO

MIXOLOGY MAG
NUMERO 9

- 5 **EDITORIALE**
AMERICAN DREAMER
di Luca Tesser
- 6 **IN COPERTINA**
STATI UNITI
UN COCKTAIL PER LE STRADE D'AMERICA
di Giampiero Francesca
- 12 **LA STORIA**
RACCONTI DAL PASSATO
LA FABBRICA DEI SOGNI
IN UN BICCHIERE
di Luca Tesser
- 16 **IL PERSONAGGIO**
TAKUMA WATANABE
JAPANESEMAN IN NEW YORK
di Niccolò Amadori
- 20 **IL LOCALE**
OVERSTORY
COCKTAIL CON VISTA
di Carolina Mirò
- 28 **SPECIALE**
VERMOUTH
L'ANIMA AROMATICA
DELLA MISCELAZIONE
a cura di Pauline Rosa
- 40 **COCKTAIL & SPIRITS**
CLASSIC COCKTAIL
MARTINI COCKTAIL
di Luca Tesser
- 42 **COCKTAIL & SPIRITS**
CLASSIC COCKTAIL
RUSTY NAIL
di Luca Tesser



6

- 44 **COCKTAIL & SPIRITS**
LOCALI STORICI
UN TOUR FRA I BAR PIÙ ANTICHI D'ITALIA
di Luna Maller
- 48 **MONDO WHISKY**
L'APPROFONDIMENTO
AMERICAN DREAM
di Whiskyfacile.com
- 54 **LE TECNICHE**
FERMENTAZIONE
SOUR MASH, UNA STORIA AMERICANA
di Giovanni Campari

RUBRICHE

- 24 **ATTUALITÀ**
- 58 **MM COLLECTION**
- 60 **HOTEL BAR**
- 61 **PRODOTTI**
- 64 **MARCHI & AZIENDE**
- 72 **DESIGN**
- 74 **EVENTI**
- 79 **SPEAKERS' CORNER**

28



Better Bitter Bianco

Scopriilo in anteprima
su www.strucchi.land





AMERICAN DREAMER

DI LUCA TESSER

“God save America!”. E non potrebbe essere altrimenti, per il Paese che ha creato l'industria del bere miscelato e ha fatto del cocktail un vero e proprio stile di vita. Il sogno americano corre di pari passo con lo sviluppo dell'arte della mixology, che dall'Ottocento ha saputo insediarsi nella cultura yankee e che dagli States si è diffusa nel resto del mondo. Stiamo parlando del Paese di personalità come Jerry Thomas, Harry Johnson, William Schmidt, Ernest Beaumont Gantt, Victor Bergeron, che hanno letteralmente dato vita alla mixology e dedicato la loro esistenza alla sublime arte del cocktail.

L'America è stata il punto di partenza ed è sempre stata la Terra Promessa del cocktail: quanti dreamer sono passati per gli Stati Uniti lasciando il loro piccolo o grande contributo alla miscelazione! New York, New Orleans, San Francisco e a seguire Los Angeles, Las Vegas, Miami sono diventate capitali della miscelazione, dettando mode e stili, e facendo degli Usa il luogo verso il quale si guarda da tutto il mondo.

Sebbene la miscelazione americana abbia vissuto alti e bassi, soprattutto negli ultimi decenni, e la sua qualità sia stata affiancata da una gloria troppo ancorata al passato, al punto da sembrare stagnante, il sogno americano non ha mai smesso di esercitare il proprio fascino sui bartender che, da ogni parte del mondo, sono approdati sulla scena statunitense. Hanno provato, imparato, sbagliato, sono riusciti, o meno, in un sistema spietato, pieno di insidie, nel quale così come il fallimento è probabile, il successo è pronto a incontrare i più fortunati e quelli che interpretano una miscelazione di assoluta qualità. Per tanti altri, l'America è un sogno rimasto in un cassetto della propria anima, dove convive con desideri, ammirazione e ambizione.

La miscelazione è negli Stati Uniti un sistema consolidato al quale noi, qui in Italia, possiamo solo ambire. Il cocktail è parte integrante del Dna americano, un po' come qui da noi lo è sua santità il Vino. Oltre oceano l'industria del cocktail, dal produttore al consumatore, è rispettata e compresa, e ha un'importanza alla quale anche noi dobbiamo puntare.

In Italia, invece, la miscelazione è ancora un territorio di nicchia: l'eccellenza è rispettata, ma essenzialmente dagli addetti del settore e da una cerchia ristretta di appassionati. In generale, però, è ancora un territorio di frontiera, che va fatto conoscere. Negli Stati Uniti il cocktail pretende lo stesso rispetto a Charleston così come a Buffalo, nella soleggiata California così come nel Maine. Da questo Paese così lontano e diverso dal nostro abbiamo copiato qualsiasi cosa, ma non la cultura del cocktail, che non siamo ancora riusciti a fare nostra. Ce la faremo, con il tempo ce la faremo, e intanto continuiamo a guardare, imparare e sognare.



MISCELAZIONE

UN COCKTAIL PER LE STRADE D'AMERICA

Un viaggio di sorso in sorso alla scoperta della miscelazione made in Usa, in un racconto on the road scritto visitando le città più rappresentative del Paese a stelle e strisce.

di Giampiero Francesca

C'è un fascino indiscutibile nel vivere on the road negli immensi Stati Uniti. Il nostro viaggio all'insegna del bere Made in Usa parte dalla West Coast, a San Francisco, e, in particolare, dal vivace Mission District. Qui, in perfetta sintonia con il melting pot culturale dell'area, nasce il True Laurel, cocktail bar dalle atmosfere pop e dal servizio curato e puntuale.

Secondo progetto dello chef David Barzeley e del Bar Director Nicolas Torres, già ideatori del ristorante due stelle Michelin, Lazy Bear, questo bar si contraddistingue per la modernità del suo approccio, estremamente legato alla stagionalità

colonna portante. Simbolo di questo bar è l'ananas, icona internazionale di ospitalità sin dal 1600. Lo stile di miscelazione qui ha una predilezione per gli ingredienti dell'Asia Pacifica, come il modernissimo pandan. Scivolando lungo la Pacific Coast Highway raggiungiamo Los Angeles. Più che una città, L.A. è una distesa di case a perdita d'occhio, con strade infinite e distanze chilometriche, che ci inducono a provare solamente due bar: il primo è il **Death & Co.**, gemello del celebre cocktail bar newyorkese, che con il lungo bancone della Standing Room ci accoglie come un'oasi nel caos della città degli angeli. In un'atmosfera elegante e vibrante, proviamo un paio dei loro "elegant and



Los Angeles è una distesa di case a perdita d'occhio. Le distanze chilometriche da percorrere ci inducono a provare solo due locali: il Death & Co. e il Thunderbolt

e alla territorialità delle sue materie prime, che gli hanno valso la 17^a posizione nei North America 50 Best bars e il Ketel One Sustainable Bar Award nel 2024. In questa tappa non possiamo esimerci dal provare il Laurel Martini, preparato con London Dry and Islay Gins, Vermouth Marriage, California Bay Tincture.

In Union Square troviamo invece uno dei simboli della miscelazione in città: il Pacific Cocktail Haven. Punto di ritrovo per la clientela locale o tappa immancabile per gli appassionati del bar, il locale di Kevin Diedrich fa dell'ospitalità la sua

timeless" cocktail, la parte del menu che più si allinea allo stile del locale. Il secondo è il **Thunderbolt**, nel quale il patio, i divani imbottiti di pelle marrone, le pareti dal caratteristico colore verde e gli sgabelli arancioni ricreano la tipica atmosfera della California del sud. Qui la miscelazione è moderna e ricercata, con preparazioni di laboratorio e un'attenzione particolare alla sostenibilità, tanto da meritare il Ketel One Sustainable Bar Award 2025. Iconico, e quindi da provare, il Jackfruit Thunderbolt, una variante di Julep dal gusto davvero inusuale.



A Las Vegas
si possono
gustare cocktail
di magnifica
fattura lontano
dalla Strip:
all'Herbs and
Rye.

DA LAS VEGAS A PHOENIX

Addentrando nel deserto del Mojave, prima di raggiungere Las Vegas deviamo verso Yermo, un piccolo agglomerato di case nei pressi di Barstow dove, dagli anni Cinquanta, il Peggy Sue's Diner rifocilla gli automobilisti che dalla California intraprendono il viaggio verso il Nevada. A spiegarci meglio l'anima della "Sin City" c'è uno dei migliori padroni di casa che questa città possa offrire: Francesco Lanfranconi. È lui a raccontarci dei mille volti della città, dei ristoranti, dei bar, dei club e dei night, aprendo uno squarcio in quel (pesante) velo di finzione che la ammantava. È però lontano dalla Strip, dalle luci e dal caos, nella vera città di Las Vegas, che si trova l'**Herbs and Rye**. Qui si possono gustare cibo grasso al punto giusto e cocktail di magnifica fattura. Nel caldo afoso che toglie il respiro, dopo una breve quanto salvifica sosta nella meravigliosa Sedona, entriamo a Phoenix. Negli ultimi anni in questo centro dell'Arizona la cultura della miscelazione ha fatto breccia, ritagliandosi spazi sempre più ampi accanto ai classici American bar. Da provare è il **Platform 18**, un cocktail bar che riproduce fedelmente l'interno di una vecchia carrozza ferroviaria di lusso. Bello ed elegante, con un servizio impeccabile e una miscelazione moderna, questo cocktail bar è il perfetto manifesto per un movimento che trova sempre più spazio e idee a ogni latitudine.

NEW ORLEANS, IL CLASSICO CHE NON C'È PIÙ

New Orleans è una delle capitali storiche della miscelazione, ma è bene fare un piccolo disclaimer su questa città: chiunque sia appassionato di cocktail e collega la città alla storia del bar si armi di pazienza, perché di quel French Quarter che ha visto nascere la miscelazione restano

solo le spoglie, private della loro anima da un turismo di massa che ne ha spolpato le carni e il senso. Quasi tutti i bar, compreso il bellissimo **Carousel**, sono trappole per turisti, con un servizio sbrigativo e una qualità di drink molto al di sotto della sufficienza. Unico bar storico che, almeno per la sua atmosfera si salva da questa ecatombe è il **Sazerac Bar** del Roosevelt Hotel. Il Sazerac qui è ovviamente di casa, ma il vero best seller, preparato dozzine alla volta con una tecnica unica, è il Ramos Gin Fizz. È d'obbligo poi una tappa in Bienville St, storica sede del ristorante Arnaud e dell'altrettanto celebre **French75**. Qui assaporiamo due dei tanti cocktail simbolo della città e del locale, il Vieux Carré e, ovviamente, il French75, che però non brillano per gusto e bilanciamento. Al **The Will & The Way**, troviamo invece un'atmosfera divertente e uno stile che ci invogliano a entrare; qui il Dr. Manhattan, preparato con Bourbon alla Dr Pepper e rabarbaro, si rivela uno dei drink più interessanti. Incoraggiati dalla piacevole scoperta usciamo dalla porta del The Will & The Way per entrare in quella del locale esattamente adiacente: il **Peychaud's at The Celestine**. Il locale, piccolo ma molto curato, si presenta sin da subito con le migliori premesse. Il lungo bancone, la bella bottigliera, l'accoglienza calda e familiare, i ritmi di servizio posati ed eleganti: abbiamo trovato il nostro bar nel cuore di New Orleans. Il menu, fatto esclusivamente di classici, è una vera ciliegina sulla torta. Optiamo dunque per una bevuta diversa da tutte quelle fatte fino ad ora (e da quelle fatte negli ultimi anni, per sincerità) scegliendo un Hurricane, preparato a regola d'arte e con il sorriso sulle labbra. Lontano dalle rotte turistiche, attraversiamo il Garden District, elegante quartiere residenziale con le sue ville antiche e le

sue storie di fantasmi e ci spostiamo poi nel quartiere delle università, l'area più genuinamente urbana di New Orleans dove Neal Bodenheimer ha aperto il suo **Cure**. Lo stile del locale, moderno ma dai dettagli che si specchiano nel passato, è affascinante e curato, così come curata è l'accoglienza dei bartender. Il menù si compone di una breve lista di cocktail stagionali e alcuni best-seller. Proviamo una variante del Cocktail Martini "di stagione". Il cocktail, interamente preparato in pre-batch, viene estratto direttamente dal congelatore e versato nella coppetta squisitamente brinata direttamente da una bottiglia magnificamente ghiacciata. Dai signature passiamo ai classici, prima per provare un vero Dry Martini e poi un Sazerac, realizzato con un imbottigliamento di Whiskey creato appositamente per il Cure.

ANCHE WASHINGTON HA IL SUO PERCHÉ

A Washington D.C. la prima tappa è il **Round Robin**. Soprannominato lo Studio Ovale dei Bar, questo locale ha aperto i battenti nel 1847 a pochi metri dalla Casa



A Washington D.C. abbiamo provato il Round Robin, l'Old Ebbot Grill, l'Allegory e il Service Bar

Bianca. L'aria è vibrante, l'atmosfera vivace, il bar stesso sembra voler raccontare tutte le storie che lo hanno attraversato, mentre il sole filtra dalle grandi finestre lasciandoci senza parole. Svoltato l'angolo si giunge all'**Old Ebbott Grill**, tipico ristorante con pub vecchio stile. Non cercate signature e "alta" miscelazione: qui, dal bar, escono solo classici. A pochi isolati di distanza sorge l'Eaton Hotel, struttura che cela al suo interno **Allegory**, cocktail bar simbolo della miscelazione moderna in città. Ad accoglierci nell'ampio quanto elegante locale è Deke Dunne, manager della struttura nonché ex portaborse di un governatore. Proviamo alcune creazioni del menù iniziando dal Saturday Morning Cartoons, un cocktail con Bourbon, Cognac, fagioli rossi, liquore al popcorn, zafferano e triple sec. Che ci troviamo davanti ad un bar da "classifica" è abbastanza chiaro (non a caso Allegory è presente nel ranking dei Nord America 50 Best Bars): lo stile dei drink, le tecniche utilizzate, le modalità di servizio rispecchiano tutti i crismi che questo tipo di alta miscelazione richiede. Il gusto bilanciato e la bella atmosfera pop ci invoglierebbero a restare ma lo stesso Deke ci suggerisce di provare, prima di lasciare la città, il **Service Bar**. Questo è il luogo di ritrovo di chi lavora nel settore, grazie ai suoi orari più lunghi rispetto agli altri. Puntiamo la sezione Full boded/Stirred e optiamo per un Julep. Il Presidential Julep, servito in una mug con la forma del volto di un presidente, è una versione che rispecchia quasi completamente quella classica, con la sola aggiunta di una "nitro-mint" al posto della menta. Un ottimo drink per chiudere una magnifica giornata che ci ha permesso di scoprire una delle scene più interessanti del panorama statunitense.

NEW YORK, UN VIAGGIO NEL VIAGGIO

A New York servirebbero mesi per provare tutti i locali, vecchi e nuovi, e anni per capire l'anima più profonda della città. Iniziamo il nostro viaggio nel viaggio,

allora, da un locale molto lontano dai percorsi classici e dai ranking internazionali: il **Keen's Steakhouse**. Il vecchio bar in legno scuro, dominato da un grande quadro che sovrasta il bancone, è affollato di clienti, tutti autoctoni, intenti a sorseggiare Manhattan e Martini. Proprio da grandi amanti di questo classico, passiamo al **Martiny's**, dove proviamo il Caviar Martini servito ghiacciato con una generosa dose di caviale come side sulla iconica mano in legno. Accompagnando la bevuta con le magnifiche ostriche della casa, il primo drink scorre via veloce portandoci a un inevitabile bis. Da qui ci spostiamo in uno dei templi del bar, l'**Employees Only**. Il locale è un simbolo della miscelazione in città, luogo di ritrovo per appassionati e clienti locali, famoso per la sua atmosfera da sempre brillante e coinvolgente. Per il pranzo del giorno successivo, optiamo per il **Dante West Village**, seconda apertura del celebre locale capace, nel 2019, di scalare la vetta dei The World's 50 Best bars. Qui ci gustiamo uno dei grandi classici: il Garibaldi. La schiuma, la texture ariosa di questa variante rende ancor più piacevole questo intramontabile aperitivo. Un altro locale fuori dagli schemi classici degli appassionati di settore si trova all'ultimo piano della Beekman Tower ed è l'**Ophelia Lounge**. Ci accoglie Amir Babayoff, manager della struttura, che, dopo un breve visita guidata, passa dietro al banco per farci provare alcune delle sue creazioni, caratterizzate dall'uso di una moltitudine di ingredienti perfettamente bilanciati l'uno con l'altro. Assaggiamo una variante di un Vodka Martini e di un Whiskey Sour. A due passi dal Flat Iron Building proviamo poi un

nuovo cocktail bar sulla bocca di tutti a New York: **Shinji's**. Il piccolo e curatissimo locale, celato dietro un'anonima porta nera e dominato dal grande banco semicircolare, ha tutta l'aria di un club per gentiluomini. Pochi tavoli, voci basse e atmosfera pacata lo rendono il luogo perfetto per una serata intima e riservata. Jonathan Adler, il Beverage Director, ci porge un Hot Cold Toddy, shot "di benvenuto" preparato, per citare il menù, con "Scotch, Tea, Science and Magic". Il drink, che gioca sulle sensazioni contrastanti di caldo e freddo, ben rappresenta l'idea di miscelazione di questo locale, ricercata e contemporanea, appassionante per l'intenditore e intrigante, anche per come viene proposta, per il neofita.

A seguire ci rechiamo in una delle aperture più importanti in città, una realtà insignita del premio Dinosaurio Highest New Entry Award 2025 dei Nord America 50 Best Bars:

Sip&Guzzle. "Sip"

e "Guzzle" sono due locali complementari distinti, diversi per atmosfera e menù, situati al piano terra e nel sotterraneo di un

palazzo del Greenwich Village. Il progetto nasce dalla collaborazione di Shin-go Gokan, veterano del bar già ideatore di realtà come The SG Club, Speak Low e Sober Company, Steve Schneider, partner dell'Employees Only, e Mike Bagale, precedente Executive Chef di Alinea (n.15 nei The World's 50 Best Restaurants del 2017). Guzzle è un vibrante cocktail bar dallo stile tutto americano, mentre Sip è un bar in perfetto stile giapponese, piccolo e riservato. Un altro bar da non perdere è **Bar Clemente**, nuovo progetto





A New York i cocktail bar da sperimentare sono moltissimi e servirebbe molto tempo per fare una panoramica completa su tutti i locali, storici e non

del pluripremiato ristorante tre stelle Michelin, Eleven Madison Park, disegnato e dedicato all'artista contemporaneo Francesco Clemente. Nel menù spicca una magnifica variante del Vesper Martini, il Clemente Martini (Altamura Vodka, Gin, curry verde e zafferano). A New York è poi d'obbligo una tappa all'**Attaboy**, nato nel 2012 negli spazi che furono del celeberrimo Milk&Honey di Sasha Petraske. Piccolo, quasi angusto, questo bar è sempre al completo, costringendo a lunghe file gli avventori che vogliono provare la sua esperienza. L'assenza di un menù vero e proprio, da molti criticata, ci chiama a un gioco d'intesa con il bartender che, di volta in volta, reinterpreta i nostri desiderata. A poca distanza dall'Attaboy c'è il **Double Chicken Please**, una delle rivelazioni del più recente panorama newyorkese. Una volta entrati, ciò che ci attende è un primo bar con una lunga selezione di drink alla spina, ideale per chi vuole una bevuta facile e veloce dopo il lavoro. Il secondo bar, invece, curatissimo nella sua radica lucida ed elegante, propone uno stile di servizio orientaleggiante e un'atmosfera piacevolmente sospesa. Nell'ultima giornata del nostro lungo viaggio americano

proviamo anche il **Superbueno**, locale in stile messicano che è stata la rivelazione degli ultimi Nord America 50 Best Bars, con il suo secondo posto. Ignacio "Nacho" Jimenez, responsabile della struttura, ci racconta di come, di giorno, il bar sia un vero luogo di ritrovo degli abitanti del quartiere, trasformandosi poi di notte. Uno dei grandi classici qui è il Mole Negroni (Mezcal lavorato in fat-wash con mole, Bitter al carciofo, amaro, Vermouth rosso e xocolatl bitters). A pochi passi c'è anche lo **Schmuck**, aperto da Moe Aljaff e Juliette Larrouy, già ideatori del celebre Two Schmucks di Barcellona. Schmuck si compone di una piccola saletta, quasi interamente dominata dal grande sharing-table e dal piccolo banco bar. Come in un luogo asettico in cui sperimentare, assaggiamo un paio di creazioni, fra cui spicca una variante del Ramos Gin Fizz dal gusto piacevolmente deciso. Per le nostre ultime ore in America scegliamo, infine, l'**Experimental Cocktail Club** e il George Bang Bang. Il primo locale, in realtà, lo conosciamo bene, perché abbiamo già visitato il suo capostipite parigino e frequentato più volte la sua "variante" veneziana. Si trova nel sottoscala di un palazzo e segna il rientro in "famiglia" di Nico De Soto che fu, ai tempi, head-bartender dell'omonimo locale a Parigi. In omaggio alla capitale francese optiamo per il Tarte Tatin, cocktail con Calvados, Sherry Oloroso, caramello, burro nocciola e succo di mela. Il **George Bang Bang** è, invece, il primo vero speakeasy di questo viaggio, il cui nome deriva da un detto coreano, "Joji na bang bang", traducibile come "Fatti i fatti tuoi". Quasi come metaforica chiusa del viaggio, forse per la prima volta, siamo soli al banco e optiamo per il Don "Micheal" Corleone, con Bourbon lavorato in fat-wash con bacon, Dubonnet, Maple Syrup, Angostura Bitters e affumicatura al rosmarino. Complice la nostalgia di fine avventura, lo stile di miscelazione ci ricorda quello molto in voga alcuni anni fa, ma il gusto è buono e rappresenta il fine serata che apprezziamo di più. ■



RACCONTI DAL PASSATO

LA FABBRICA DEI SOGNI IN UN BICCHIERE

La storia del cinema americano è costellata di cocktail che devono la loro celebrità al successo delle pellicole in cui sono comparsi. In tanti film di Hollywood, infatti, i drink sono stati protagonisti di scene rimaste nella memoria collettiva.

di Luca Tesser

Su un terreno di quaranta ettari, ad appena 15 km da Los Angeles, alla fine del XIX secolo, Harvey Wilcox fondò Hollywood. Nemmeno lontanamente Wilcox poteva immaginare che cosa sarebbe diventata quella piccola cittadina che, all'inizio del Novecento, contava poco più di 500 abitanti, raccolti in una comunità "colta, cristiana e astemia".

Non c'erano, quindi, bar e la città era ben diversa da quello che, da lì a breve, sarebbe diventata: la capitale indiscussa del cinema, sede dei più famosi studi cinematografici del mondo - MGM, Paramount, Universal Pictures, Warner Bros - e luogo di ville, feste e locali alla moda. Da cittadina di contadini e allevatori, nel giro di due decenni Hollywood si trasformò completamente. Fino ad allora, il cinema americano aveva sede nel New Jersey e fu il grande regista **David W. Griffith** a individuare in Hollywood un posto ideale dove girare film: il clima era fantastico in confronto a quello del New Jersey, gli spazi aperti non mancavano e i costi di produzione erano minori. Così, mentre Griffith, nel 1910, realizzava a Hollywood "Old California", il primo film girato nella capitale del cinema, nel New Jersey il monopolio della Motion Picture Patent Company iniziava a sgretolarsi e molti registi si spostavano sulla sponda del Pacifico per i loro lavori. Fu in questo periodo che, attorno a questa piccola cittadina, nacque una vera e propria economia del cinema, la base di quella che sarà l'industria cinematografica più importante al mondo. E insieme all'industria nacque il cosiddetto star system. Il cinema diventò in pochissimo tempo la forma di intrattenimento più seguita negli Stati Uniti e divi e dive della pellicola divennero le icone del proprio tempo.

Fu il grande regista David W. Griffith a individuare in Hollywood un posto ideale dove girare film



IL CINEMA MUTO

La prima fase del cinema hollywoodiano risale al decennio tra il 1919 e il 1929. È l'epoca del cinema muto, con star indiscusse come Charlie Chaplin e Buster Keaton, Tom Mix, il primo cowboy del cinema, Rodolfo Valentino e Gloria Swanson, la prima diva, Erich von Stroheim, maestro del genere drammatico.

Sono anche gli anni del proibizionismo e verrebbe da pensare che nelle produzioni cinematografiche il consumo di cocktail e alcolici dovesse essere bandito. Ma non era affatto così: nelle pellicole di Hollywood è frequente vedere attori che sorseggiano drink. Come dimenticare, nel film "The Rink", Charlie Chaplin che prepara un cocktail mischiando ingredienti a caso, dando vita a una delle scene più iconiche del cinema legato al mondo del bartending? Del resto, nonostante fosse illegale, il consumo di alcol in quegli anni era molto comune. Non solo: era anche un simbolo di stile. Nelle pellicole di Hollywood il consumo di alcolici simboleggia spesso l'opulenza, è associato al fenomeno del gangsterismo, a personaggi problematici o, semplicemente, a dissolutezza e momenti di festa. E c'è spazio, nel cinema muto, anche per gli speakeasy. In queste pellicole è normale vedere personaggi che consumano Martini cocktail, Manhattan, Whisky e Champagne. Alcuni cocktail, poi, hanno anche preso il nome di celebrità del cinema: pensiamo al Charlie Chaplin, a base di Gin, Apricot Brandy e succo di lime, o al Mary Pickford, creato con Rum, maraschino, succo di ananas e granatina.

L'AVVENTO DEL SONORO E DEL COLORE

Nel 1927 l'uscita nelle sale di "The Jazz Singer", di Alan Crosland, interpretato da Al Jolson, sancisce la nascita del sonoro, un'innovazione che cambierà per sempre l'industria del cinema, facendo scomparire, dopo un primo periodo di convivenza, il cinema muto. Il cambiamento è radicale: gli attori devono recitare con la voce e non solo con la mimica facciale, i dialoghi diventano fondamentali, cambia il modo di scrivere e girare le scene, così come quello di produrre la musica di accompagnamento del film, che non è più suonata al pianoforte nel cinema ma viene registrata e riprodotta. Il lancio del sonoro contribuirà in modo importante anche a far uscire l'industria del cinema dalla crisi innescata dalla Grande Depressione del 1929. L'altra grande innovazione per il cinema è il passaggio dalla pellicola in bianco e nero al colore. Il primo film in technicolor è del 1932: lo produce Walt Disney e si intitola "Flowers and Trees". Fra gli anni Trenta e Quaranta con il Technicolor si producono film come "Il Mago di Oz" e "Via con il vento", di Flaming, mentre nel decennio successivo, nonostante l'avvento della televisione sembri minacciare la popolarità delle sale cinematografiche, escono titoli destinati a restare nella storia del cinema, come "Un Americano a Parigi" di Vincente Minnelli nel 1951 e "Cantando sotto la pioggia" di Stanley Donen e Gene Kelly nel 1952.

Con gli anni Trenta inizia una nuova era per Hollywood e nei film i cocktail conquistano ruoli da protagonisti, diventando simboli di glamour, eleganza e stile

L'ALCOL TORNA A ESSERE LEGALE

Con gli anni Trenta finisce anche il proibizionismo. L'alcol torna a essere legale e bar e locali notturni, tornati a operare alla luce del sole, diventano il punto di ritrovo preferito per il jet set del cinema. Los Angeles è il grande palcoscenico della nuova era di Hollywood e nei film i cocktail conquistano ruoli da protagonisti. Sono simbolo di glamour, eleganza e stile. Un esempio su tutti: in "The Thin Man" (L'uomo ombra), film di W.S. Van Dyke del 1934, interpretato da William Powell e Myrna Loy, una delle copie più amate di Hollywood, il Martini Cocktail è protagonista indiscusso. Proprio dai



protagonisti del film, Nick e Nora, prendono il nome le coppette che oggi usiamo per la maggiore per i nostri cocktail. Un altro classico da ricordare è “Casablanca”, pellicola di Michael Curtiz del 1942, i cui protagonisti, Humphrey Bogart, Ingrid Bergman e Paul Henreid sorseggiano Cocktail Champagne e French 75.

I COCKTAIL SUL GRANDE SCHERMO

Si potrebbero scrivere pagine e pagine per parlare di cocktail e cinema. In tante pellicole, infatti, i drink hanno avuto ruoli di rilievo o sono stati protagonisti di scene rimaste nella memoria collettiva. Ci sono poi cocktail divenuti icone del grande schermo, che hanno intrecciato la propria storia proprio con quella del film in cui sono comparsi. È il caso del **Manhattan** nel film del 1959 “A Qualcuno Piace Caldo”, diretto da Billy Wilder e interpretato da Marilyn Monroe, Tony Curtis e Jack Lemmon.

Il **White Angel** compare invece in “Colazione da Tiffany” del 1961, con la divina Audrey Hepburn, mentre il **Banana Daiquiri** è protagonista di una delle scene madri de “Il Padrino”: come dimenticare il momento in cui Fredo, il fratello di Michael Corleone, ordina all'Avana un Banana Daiquiri e rivela il suo tradimento? Il cocktail iconico per eccellenza è però il **Martini**, le cui sorti sono legate indissolubilmente alle avventure di James Bond in 007. Dice tutto la notorietà della battuta pronunciata dall'agente segreto più famoso al mondo: “shaken, not stirred”. A recitarla per la prima volta è Sean Connery in “Licenza di Uccidere”, del 1967, ma la ripeteranno anche Roger Moore, Pierce Brosnan e Daniel Craig.

Anche il **Vesper Martini** è legato alla saga di 007: in questo caso il cocktail fu inventato proprio da Ian Fleming, padre della celebre spia. Questa variante del Martini, che unisce tre parti di Gin, una di Vodka e mezza di Kina Lillet, è citata nel romanzo “Agente 007 Casino Royale”, del 1953. Sul grande schermo, nel film del 2006 diretto da Martin Campbell e interpretato da Daniel Craig, il cocktail è il preferito di Vesper Lynd, l'amata di James Bond.

Un ultimo esempio di cocktail legato a uno specifico film è il **White Russian**, protagonista ne “Il Grande Lebowski” dei fratelli Cohen. Nel film del 1998, interpretato magistralmente da Jeff Bridges, si susseguono scene in cui il protagonista prepara e sorseggia questo cocktail a base di Vodka, Kalhua e panna. Il nostro Drugo, però, lo personalizza: il suo White Russian, infatti, è preparato con il latte.

Il cocktail iconico per eccellenza è il Martini, le cui sorti sono legate indissolubilmente alle avventure di James Bond nella saga dell'agente 007





TAKUMA WATANABE

JAPANESEMAN IN NEW YORK

Dall'aprile 2022 è direttore del Martiny's, a Manhattan, ma la sua storia di bartender di successo inizia molti anni prima. A colloquio con Takuma Watanabe.

di Niccolò Amadori

Come un paziente artigiano che affina le proprie abilità, Takuma Watanabe si è costruito nel tempo una professionalità unica, che lo ha portato a essere tra i nomi più noti del bartending internazionale. Originario di Tokyo, ha iniziato a lavorare nel settore dell'ospitalità a 18 anni, come barista. Ha appreso i segreti del mestiere al Code Name Mixology, nella sua città natale, seguendo gli insegnamenti di Shuzo Nagumo. La svolta, però, è arrivata quando si è trasferito a New York. Qui, ora, dirige il Martiny's, L'Americana e il Midnight Blue.

Partiamo dalle origini: che cosa ti ha fatto innamorare del tuo lavoro?

Ho cominciato a 18 anni a lavorare in un caffè con format Italo-Giapponese, Mouri Salvatore in Roppongi Hills, a Tokyo, non potendo né bere né servire alcolici fino a vent'anni. Cominciai facendo cappuccini, masterizzando la Latte Art, che non è affatto facile, perché trovare una crema ben fatta con un disegno basico come il cuore è forse più difficile che bere un buon Martini. Quando vedevo che i clienti tornavano spesso dove lavoravo per gustare i miei cappuccini ed erano felici, ero anch'io soddisfatto! È questa sensazione che tuttora mi spinge a perseguire l'eccellenza nel mio lavoro: rendere felici le persone.

Angel's Share ha lasciato un'impronta forte nella scena della miscelazione mondiale. Perché hai deciso di trasferirti a New York proprio in quel locale? Che cosa ti porti dietro da quella esperienza e, soprattutto, dal tuo mentore Shingo Gokan?

Avevo 28 anni quando decisi di trasferirmi negli Stati Uniti. Presi questa decisione dopo aver partecipato a una serie di competition in Giappone. In quel periodo conobbi Shingo Gokan, che ricopriva il ruolo di Bar Manager all'Angel's Share.

Volli subito lavorare con lui e mi rispose solamente di comprare il biglietto per andare a New York. Partii senza sapere nulla di quella città. L'Angel's tuttora per me significa famiglia: lì ho imparato a conoscere gli usi e costumi della Grande Mela e grazie a quell'esperienza mi sono inserito nella industry locale. Venivo da una cultura diversa: in Giappone i cocktail bar sono molto piccoli, il servizio è lento ma estremamente preciso e nei bar viene insegnato come arrivare alla lavorazione perfetta dei cocktail. A New York ho imparato il concetto di velocità: Angel's era uno speakeasy con 60 posti a sedere ed era fondamentale essere veloci e precisi a ogni comanda. Shingo mi ha insegnato non solo come sopravvivere in città, ma mi ha tramandato il suo modo di pensare, creare e combinare ingredienti e colori durante lo studio di un menù.



Takuma con
parte dello staff
de L'Americana

VEGG WHITE

L'ALTERNATIVA VEGANA ALL'ALBUME

- neutro: senza odore, né sapore, non altera il gusto dei drink
- 100% vegano
- schiuma stabile fino a 2 ore
- si conserva oltre 30 giorni in frigo dopo l'apertura e 12 mesi chiuso
- si utilizza nella stessa quantità dell'albume
- non contiene proteine, il che lo rende adatto alle preparazioni in pre-batch
- perfetto per schiume, aria edibile e cocktail Sour e Fizz



Distribuito in esclusiva da Terra Wild Spirits



Il tuo stile si basa, soprattutto, sulla precisione: la perfezione di servizio e di gesto tecnico è un tratto distintivo tuo o proprio della cultura giapponese?

Direi che è assolutamente una caratteristica giapponese. Ed è ciò che mi spinse ad aprire Martiny's. Nonostante Angel's Share avesse una forte influenza del Giappone, volevo esprimere ancora di più quello che nel mio Paese viene trasmesso al cliente: il rateo perfetto nel drink, il servizio attento, l'atmosfera giusta e i posti limitati. Quando ti siedi da noi, come in Giappone, ti viene portato un tovagliolo di stoffa caldo e profumato e i drink sono sempre perfetti, non importa chi ci sia dietro al bancone. Se il cocktail non è perfetto, di temperatura, guarnizione, diluizione, texture, non può essere servito.

Qual è la cosa più difficile da trasmettere ai tuoi team di lavoro?

Credo sia la mentalità. Molti pensano di essere arrivati solo perché lavorano da tanto tempo nel settore e magari hanno anche esperienze importanti alle spalle, ma non è così, bisogna sempre rimanere umili e pazientare; molti hanno troppa fretta di arrivare a miscelare dietro al banco. Ci vuole tempo per imparare come stare all'interno dei miei bar, la gavetta non viene saltata. Poi la difficoltà dipende anche da chi ho davanti: la velocità di apprendimento cambia da persona a persona.

Da dove prendi ispirazione per i tuoi menù? Come sviluppi le ricette?

Ultimamente ho la fortuna di viaggiare in tutto il mondo. Inoltre, sono una persona molto creativa e mi piace prendere ispirazione dai viaggi che faccio, da ciò che mangio e dalle persone che incontro, soprattutto cuochi e pasticceri. Un cocktail deve basarsi su un concetto ed essere versatile, adattabile all'evenienza e al posto in cui mi trovo, cambiando qualche ingrediente.

Dopo tutti i successi che hai raggiunto, quale elemento, del tuo mestiere, continua a illuminarti gli occhi?

In questo momento, mi dà grande stimolo il fatto di poter mostrare al mondo le mie abilità, ma, in generale, sono una persona molto semplice, che vuole solo creare cocktail! Voglio creare drink che, come ho detto all'inizio, possono rendere le persone felici e soddisfatte. L'obiettivo, in tutti i miei cocktail bar, è sempre lo stesso: il cliente deve uscire un po' più felice di come è entrato. ■



CHI È TAKUMA WATANABE

Nato a Tokyo nel 1984, inizia giovanissimo a lavorare nel settore dell'ospitalità. A 28 anni si trasferisce a New York su invito di Shingo Gokan, ex manager di Angel's Share, proprietario dell'SG Club di Tokyo e dello SpeakLow di Shanghai. Proprio all'Angel's Share lavora come barista, per poi diventarne manager. Nel 2022 diventa socio del Martiny's, pluripremiato locale di Manhattan. Nel 2024 inaugura, proprio vicino al Martiny's, L'Americana, un bar e bistrot di ispirazione italiana, e il Midnight Blue, un jazz bar nella zona di Gramercy, quartiere residenziale di New York. Nel 2024 ha vinto il premio Bartender dell'Anno agli Spirits Business Awards e il premio Best Bartender del Nord America agli Shaker Awards. È stato anche semifinalista ai James Beard Awards 2025 come Miglior Professionista nel Servizio Cocktail.



La terrazza dell'Overstory offre una vista a 360° sul porto di New York

OVERSTORY

COCKTAIL CON VISTA

di Carolina Mirò

Al 64° piano di 70 Pine Street, a New York, si trova l'Overstory, cocktail bar dal fascino speciale, la cui terrazza avvolgente offre una vista mozzafiato sul porto della Grande Mela.

70 Pine Street è uno dei grandi simboli Art Déco di New York. Completato nel 1932, è l'ultimo grande grattacielo del Financial District in stile Jazz Age.

Qui, nella guglia a più livelli dell'edificio, alla fine del 2021, lo chef **Jamal James Kent** ha aperto due locali: il raffinato ristorante Saga e il cocktail bar Overstory. Per raggiungere l'Overstory si passa dalla hall rivestita in marmo rosso del 70 Pine Street, si prende l'ascensore che ferma al Saga e si sale su una scala in travertino. Il locale, che ha 24 posti, è una sorta di scrigno ovale sospeso nel cielo. L'ambiente ha pareti in gesso cipria, panche bordeaux e una sfera da discoteca. La terrazza, avvolgente, offre una vista ininterrotta sul porto di New York. Nel 2022, a meno di un anno dalla sua apertura, l'Overstory era già stato nominato uno dei migliori bar d'America da Esquire e si era classificato al 34° posto nella lista dei 50 migliori bar al mondo.

LA MAESTRIA DI GINSBERG AL BANCONE

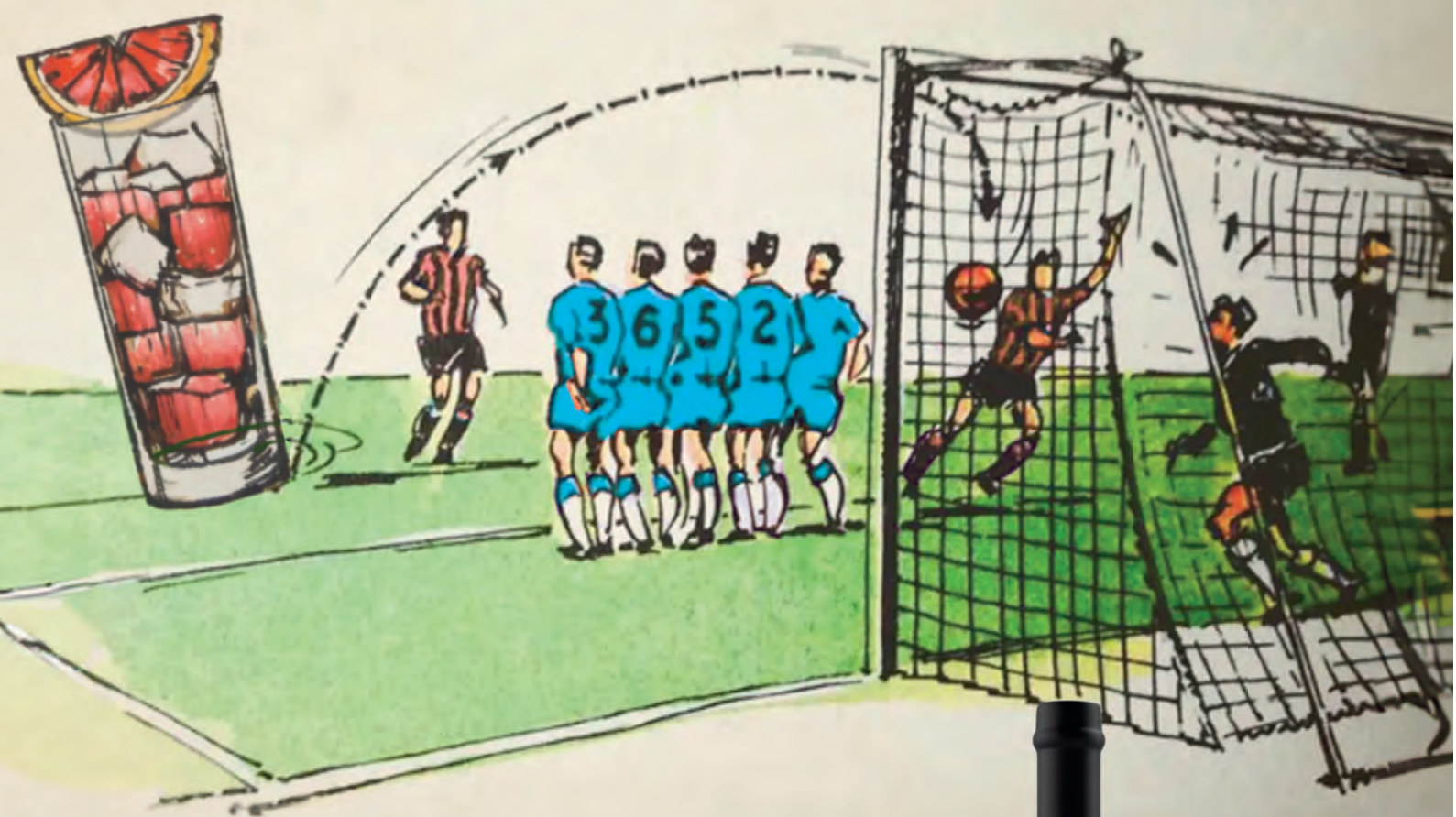
A dirigere l'Overstory c'è **Harrison Ginsberg**, uno dei nomi di spicco della mixology internazionale. Dopo un'esperienza al The Dorrance, a Rhode Island, nel 2013 Ginsberg si è trasferito a Chicago, dove ha lavorato al The Dawson, ed è rientrato nel 2016 a New York per contribuire all'apertura di BlackTail mentre lavorava come barista al The Dead Rabbit. Oggi segue la parte drink di tutti i locali del Kent Hospitality Group, incluso, appunto, l'Overstory, a proposito del quale ha detto: *"Sebbene sia molto elegante, l'Overstory è semplicemente un cocktail bar che si propone di essere senza tempo e radicato nella cultura di New York"*. Per accedere al locale non è richiesto alcun dress code e, dopo la prima ora, non è richiesta nemmeno la prenotazione: i clienti sono però inseriti in una lista d'attesa.



L'Overstory è un locale elegante, che nell'intento dei suoi ideatori vuole essere un luogo senza tempo e radicato nella cultura di New York

Harrison Ginsberg è il Bar Director dell'Overstory

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®





©Adrian Gaut

Per accedere all'Overstory non è richiesto nessun dress code e, dopo la prima ora, nemmeno la prenotazione: si viene però inseriti in una lista d'attesa

COSA SPICCA NELLA DRINK LIST

Due sono i signature cocktail che hanno reso celebre Ginsberg: il **Terroir Old Fashion** e il drink **In the clouds**.

La peculiarità del Terroir Old Fashion è l'utilizzo di ingredienti e aromi provenienti da regioni specifiche del mondo. Il cocktail combina Tequila reposado e Agave caramellata con Vin Jaune, Chartreuse gialla e palo santo. Il sapore "tipicamente newyorkese" è dato dal sale marino di Tilden, proveniente, appunto, da Fort Tilden, nel Queens.

In the clouds è invece ispirato alla collezione di cristalli omonima del direttore creativo newyorkese Jonathan Hansen. Ginsberg ha voluto creare un drink che desse la sensazione di bere su una nuvola, con aromi morbidi e delicati conferiti dal tè Earl Gray e dalla vaniglia. La base è il Whisky irlandese, che dà una nota rotonda e morbida, con aggiunta di Champagne e latte chiarificato. Scenografica è la guarnizione, con un disco di ciocco-

lato bianco marmorizzato alla fragola che imita un tramonto. Infine, per raccontare la drink list dell'Overstory prendiamo ancora in prestito le parole di Ginsberg: *"Non volevamo creare un menù nel quale si dovesse leggere una storia, perché la storia è quella che vive il cliente che passa da noi la serata, insieme ai nostri baristi e camerieri"*. ■

La peculiarità del cocktail Terroir Old Fashion è l'utilizzo di ingredienti e aromi provenienti da regioni specifiche del mondo



©Shannon Sturgis

DIECI ANNI DI BLUEBLAZER, CHE COS'È CAMBIATO

La guida BlueBlazeR ha compiuto dieci anni e all'ultima edizione di Roma Bar Show ha organizzato la Talk Arena, una serie di incontri, nei quali il mondo della miscelazione, con protagonisti da tutto il mondo, si è confrontato sui più importanti temi che riguardano l'Industry del bere miscelato. I padroni di casa, **Giampiero Francesca** e **Gaetano Massimo Macrì**, hanno aperto il dibattito chiedendosi che cos'è cambiato in questi dieci anni nel rapporto tra città e provincia, insieme a diversi ospiti: Francesco Cione (Rumore, Milano), Alex Frezza (Antiquario, Napoli), Paolo Sanna (Banana Republic, Roma), Vincenzo Mazzilli (Speakeasy, Bari) e Jimmy Bertazzoli (Aguardiente, Marina di Ravenna). Ne è scaturito un rapporto sincero e puntuale sulle differenze, nemmeno poi così evidenti, fra grandi città e città di provincia, e sui cambiamenti avvenuti in questi ultimi dieci anni.

CITTÀ E PROVINCIA: COSÌ DIVERSE E COSÌ UGUALI

Dalla discussione è emerso che, almeno in termini di qualità e servizio nella miscelazione, in Italia non sembra esserci una netta distinzione fra provincia e città. Certo, la notorietà di un locale nelle grandi città è maggiore e il fatto stesso di essere in un centro di grandi dimensioni favorisce

l'inserimento nelle massime classifiche. È vero, tuttavia, che in queste ultime figurano anche cocktail bar di provincia: questo non ci deve stupire, considerata l'attrattiva turistica di molte piccole città italiane. Ma quanto pesa il fatto di essere presente in una classifica per una realtà di provincia rispetto a una di una grande città? In termini di notorietà, probabilmente ha comunque più peso essere in una grande città, con conseguenti ritorni economici.



Massimo Macrì

CAMBIAMENTI CONTINUI

Un altro tema importante è stato chiedersi che cos'è cambiato in quest'ultimi dieci anni. I partecipanti al dibattito sono stati tutti protagonisti di questa decade, un decennio importante, che ha visto formarsi un nuovo modo di intendere la miscelazione. In questi dieci anni sono state riscritte le regole del bar, si è usciti dalla standardizzazione e ci si è proiettati verso una miscelazione in cui la personalità ha fatto la differenza. Oggi, però, tutto sembra cambiare nuovamente: coloro i quali dieci anni fa erano considerati innovatori, oggi si ritrovano a essere dei dinosauri che, per non estinguersi, devono rinnovarsi completamente. Nell'era odierna tutto va alla velocità della luce e bisogna correre per stare al passo. Dominano i social e si vive in contrasto con la realtà, perché avere 30mila follower non significa avere il locale pieno. Ed entrare in una classifica non garantisce chissà quali benefici in termini economici.

Viviamo, in definitiva, in un mondo della miscelazione con un corpo e due teste: da una parte cocktail bar che agiscono come industrie, sorretti da sponsorizzazioni e concentrati sulla loro visibilità, dall'altra parte i locali che puntano sulla propria personalità e su un linguaggio da social, restando però fedeli a una concezione di nicchia.

CARENZA DI PERSONALE

Un tema scottante per il settore, che accumuna provincia e città, è la carenza di personale. Non è mai stato semplice trovare persone in gamba, sveglie, efficienti e professionali, ma mai come in questo periodo la difficoltà è cresciuta fino a diventare un problema enorme. I partecipanti al dibattito organizzato da BlueBlazer ne hanno identificato le cause: dalle retribuzioni insufficienti, che rendono il settore poco appetibile, alle scarse opportunità di crescita, perché salire di grado, in queste professioni, è piuttosto difficile. Il lavoro nei locali è spesso visto come un'occupazione temporanea, magari durante gli studi, mentre per un'occupazione stabile si cerca qualcosa di economicamente più gratificante. Il risultato è una generale mediocrità, anche tra chi vorrebbe fare il lavoro del barman in modo stabile. Chi è bravo e ha voglia di imparare, oltretutto, apprende quello che può e cerca di fare esperienze in posti diversi, spesso fuori dall'Italia, dove le retribuzioni e le possibilità di crescita sono migliori. Tornando sul tema città-provincia, c'è un altro aspetto da evidenziare: nelle grandi città, dove si registrano anche alti tassi di turnover, il bacino per recuperare personale è più ampio, mentre in provincia è veramente molto ridotto. Nelle piccole realtà, inoltre, è difficile che chi vuole crescere professionalmente scelga di rimanere a lungo.



Giampiero Francesca

LE NUOVE GENERAZIONI

Un ultimo argomento di cui si è parlato all'evento di apertura della Talk Arena ha riguardato le nuove generazioni e le loro abitudini di consumo. I giovani oggi sembrano essere molto diversi dai loro coetanei dei decenni passati: escono meno di casa, consumano meno e su di loro il bar non sembra esercitare quel potere di attrazione che aveva un tempo. I flussi di avventori sono diminuiti drasticamente in ogni angolo d'Italia, che si tratti di locali in città o in provincia, e a fare la differenza, sostanzialmente, è il turismo. Il mondo, insomma, è cambiato e bisogna prenderne atto. L'attrattiva di un cocktail bar oggi segue nuove regole: forse non le abbiamo ancora capite, ma è sicuro che ci aspetta un futuro completamente diverso dal presente che stiamo vivendo.

(Luca Tesser)

CRISI CREATIVA

Quando mi è stato chiesto di scrivere un articolo sulla crisi dei cocktail bar, ho pensato: *“Beh perfetto. Ho aperto un cocktail bar l'anno scorso”*. Quindi mi sono chiesto per primo se il mio cocktail bar fosse in crisi. Ecco, vivo in crisi tutti i giorni, quindi, magari, non me ne accorgo. Allora ho cercato crisi sul dizionario. Dal greco κρίσις, poi latino krisis, “scelta” (sì, allora ci siamo), “decisione” (vai vai andiamo sì sì), “fase decisiva di una malattia (suvvia questo è decisamente esagerato), derivato da κρίνω, “distinguere, giudicare”. Distinguere, giudicare ci sta. Andiamo allora a distinguere cosa succede nei cocktail bar, perchè per giudicare non credo di aver nessun titolo.

SCELTE E DECISIONI DA PRENDERE

Ce ne sono diverse se si gestisce un cocktail bar. Vado veloce sulle lamentezioni consuete non perchè non ne condivida l'oggetto, ma perchè penso che se state leggendo queste righe o lavorate nei cocktail o siete appassionati di cocktail. In ogni caso passate tutti molto tempo nei cocktail bar e, quindi, immagino vi siano già familiari: i prezzi delle locazioni commerciali sono cresciuti sensibilmente, così come quelli riguardanti le utenze e la materia prima, per cause geopolitiche, complotto-terraplattistiche, o per un semplice stagnare globale del compra-compra vendi-vendi frenetico e globalizzato. I costi relativi al personale sono pure considerevoli. Ed è pure difficile trovarlo, il personale. E le tasse. E le contravvenzioni. Eccetera. Tutto questo riduce notevolmente la marginalità sul venduto, dal momento che il già menzionato stagnare globale non permette di alzare più di tanto i prezzi di vendita dei drink e che la capacità di spesa del cliente del cocktail bar (su questo magari torniamo poi) rimane più o meno la stessa, sempre ammesso che non se la passi anche lui (o lei) un po' peggio. Dunque, tempi non facili e ci tocca pure ascolta-

re i racconti degli esercenti dei locali degli anni Ottanta, quando sì si facevano i soldi, ci dicono. In tempi non facili bisogna prendere delle decisioni e fare delle scelte. Bisogna essere precisi.

CONTINGENZE PARTICOLARI

Va poi considerato che siamo in un momento in cui non c'è nemmeno un qualche trend che tiri forte, che faccia da traino o che quantomeno risulti cool a una platea di clienti abbastanza ampia.

L'ultimo trend che mi viene in mente che sia stato di portata globale è quello degli speakeasy: dall'apertura del Milk & Honey (capodanno 1999, quello del Millennium Bug, how appropriate!) sono passati 25 anni, e da allora non si è ancora imposto, a meno che non me ne sia accorto, un altro format così consolidato. L'ipercondivisione social ha di molto standardizzato il décor dei locali, le scelte stilistiche dei cocktail menu e della gestualità dei bartender. Alcuni microtrend

o sono troppo difficili da capire per il pubblico (l'etimologico fermentare di acidità spinte, funky-chic, allyoucanKombucha di derivazione Noma-nordica), o forzatamente lambiccati (un locale di Kuala Lumpur piazzava un finto neon a led che annunciava Sustainable Hedonism. Amber, la ragazza che era con me, mi spiegava: *“Hedonism*

***“A quanto pare,
le cose hanno
bisogno di avere
qualcosa di insolito
per sopravvivere”
(Mo Yan)***

means taking care of our planet, reduce wasting, etc”. io le facevo notare che mi stava descrivendo il significato della parola *“sustainability”*. Abbiamo molto riso di questo.

Ci sono anche trend sorprendentemente lapalissiani (l'ultimo bar numero uno dei 50 best ha, a detta di tutti gli esperti, the best hospitality ever, nel senso che sono simpatici e molto attenti al cliente, il che è quanto penso modestamente si dovrebbe trovare in ogni bar), o incredibilmente costosi (penso alle macchine fuoriserie che traducono in cocktail show investimenti notevoli di soci di capitale, spettacoli che per esistere abbisognano di apparecchiature futuristiche, in-

terni pregiati, studi di comunicazione, merchandising, viaggi promozionali inesauriti, channel marketing, brand identity, photo dumping, bling bling).

PAGINA BIANCA

Tutto questo caos, comunque, non viene per nuocere. Manca una via segnata? Inventiamocene una. E da cosa si parte? Da qualche osservazione di quello che si è fatto in passato e che in passato ha funzionato, e pure di quello che si è fatto in passato e ancora oggi funziona. Prendiamo qui in Italia il Rita. Che cocktail bar è? Un cocktail bar. Semplicemente. Significa che è un locale posizionato in una zona di grande flusso e di lunga tradizione di consumo di cocktails, ha

uno staff di barlady e bartender cazzutissimi e simpatici, un titolare appassionato, intelligente e presente. Prendiamo a Kuala Lumpur il Coley di CK, il vero sensei della cultura cocktail malese. Il Coley è un cocktail bar con uno staff di barlady e bartender cazzutissimi e simpatici, un titolare appassionato, intelligente e presente, ed è posizionato nella zona di Bangsar, un'area di KL dove storicamente risiedono gli expats e più in generale un quartiere dinamico e facoltoso.

Uniamo i puntini. Non è facile, ma per farla andare ci servono bravi bartender, dobbiamo sceglierci una posizione favorevole e dobbiamo stare dietro, ai nostri locali. Dai, che ce la facciamo. Vamos.

(Mattia Coppo, titolare del Coccodrillo, Padova)





VERMOUTH

L'ANIMA AROMATICA DELLA MISCELAZIONE

Da ingrediente silenzioso nei grandi classici a interprete versatile in cocktail moderni e twist creativi, il Vermouth, il vino aromatizzato per eccellenza, si sta prendendo la sua rivincita, facendo appassionare sempre più bartender.

di Pauline Rosa

Negli ultimi anni, il Vermouth è uscito dal ruolo secondario in cui era stato confinato troppo a lungo, tornando sotto i riflettori come protagonista della mixology contemporanea, non solo in Italia, ma in tutto il mondo.

Da ingrediente silenzioso nei grandi classici a interprete versatile in cocktail moderni e twist creativi (ma anche degustato in purezza e proposto in abbinamenti gastronomici), il vino aromatizzato per eccellenza si sta prendendo la sua rivincita e sta facendo appassionare sempre più bartender. Questo speciale è un viaggio tra storia, botaniche, stili e utilizzi del Vermouth, con una selezione finale di etichette da conoscere e assaporare.

LA RINASCITA DEL VERMOUTH

Il Vermouth nasconde una storia affascinante fatta di botaniche esotiche, ricette segrete e geografie liquide che attraversano secoli e conti-

nenti. Nato a cavallo tra l'Italia e la Francia nel XVIII secolo, è stato per decenni l'ingrediente chiave di cocktail iconici, ma anche un raffinato aperitivo da degustare liscio. Nel corso dell'Ottocento, questa bevanda iniziò a espandersi ben oltre i confini alpini, diventando un simbolo dell'eleganza europea. Le grandi maison piemontesi e savoiarde iniziarono a esportare i loro Vermouth nei principali mercati internazionali, imponendosi nei caffè parigini, nei salotti londinesi e nei Grand Hotel di Vienna. Anche oltreoceano, negli Stati Uniti, il Vermouth trovò casa nei primi cocktail bar di New York e Philadelphia, diventando un elemento insostituibile nei primi cocktail. Oggi, il Vermouth sta vivendo un'autentica rinascita. Ha ritrovato spazio nei cocktail bar contemporanei grazie a un insieme di fattori culturali e tecnici. Da un lato, l'ondata di riscoperta dei cocktail classici ha riportato alla ribalta ricette dove esso è essenziale. Dall'altro, l'interesse crescente per i drink a bassa gradazione alcolica ha aperto le porte a

una nuova stagione di sperimentazione.

Il Vermouth, con la sua gradazione moderata e la sua ricchezza aromatica, è diventato una tela ideale per chi cerca equilibrio, eleganza e bevibilità. Inoltre, l'approccio contemporaneo alla miscelazione valorizza sempre più la trasparenza degli ingredienti: oggi non basta più "un Vermouth qualunque".

Bartender e appassionati scelgono consapevolmente la tipologia, lo stile e la provenienza del Vermouth, adattandolo al contesto del drink o addirittura costruendovi attorno la ricetta. Per non parlare di abbinamenti gastronomici o curate selezioni nella carta vini. Non è solo un ritorno alle origini, ma una vera e propria evoluzione: oggi il Vermouth non è più relegato a un ruolo tecnico, ma si afferma come protagonista sensoriale. Elegante, sfaccettato, sorprendente, sta ridefinendo il lessico della mixology contemporanea.



CHE COSA È IL VERMOUTH?

Dietro ogni bottiglia di Vermouth c'è un equilibrio tra vino, alcol, zucchero e una complessa trama di botaniche. Ma cosa lo definisce esattamente? Il termine "Vermouth" deriva dal tedesco Wermut, che significa assenzio maggiore (*Artemisia absinthium*) – una delle piante amaro-fondamentali nella ricetta originale. Fu infatti un medico e botanico tedesco, Hieronymus Brunschwig, nel XV secolo, a usare per primo il termine wermuth wein, riferendosi a un vino medicinale aromatizzato con erbe. Ma è solo nel XVIII secolo, tra Torino e Chambéry, che questa bevanda assume il volto moderno: meno terapeutica, più edonistica – ma sempre legata alle piante.

L'*Artemisia* rimane obbligatoria per legge in ogni Vermouth, ma è solo il punto di partenza. Ogni produttore lavora con una "ricetta segreta" – spesso tramandata per generazioni – composta da un ventaglio di botaniche che può andare dalle 20 alle oltre 40 essenze diverse. Le più comuni sono: cannella, chiodi di garofano, pepe,

zenzero, noce moscata (spezie); camomilla, salvia, melissa, maggiorana, achillea (erbe); genziana, china, angelica, cassia (radici e cortecce); scorze di arancia amara o dolce, limone (agrumi); sambuco, rosa, uva passa, vaniglia (fiori e frutti). Il dosaggio e la composizione di queste botaniche danno vita

a Vermouth completamente diversi tra loro, anche all'interno della stessa categoria (es. due Vermouth rossi possono essere uno speziato e scuro, l'altro fresco e agrumato, uno più amaro e l'altro più dolce). È proprio questo dialogo tra il vino base e la componente botanica a rendere ogni Vermouth un prodotto di personalità unica, più vicino a un profumo che a un semplice ingrediente da cocktail.

Ma non basta selezionare le botaniche giuste: è la tecnica di estrazione a determinare l'impronta finale. Nella produzione artigianale, si usano tre approcci principali:

- **MACERAZIONE A FREDDO** | le botaniche vengono immerse in alcol neutro o vino base per giorni, a temperature controllate. È il metodo più diffuso e delicato, perfetto per preservare aromi sottili.
- **INFUSIONE A CALDO** | simile a una tisana, questo metodo estrae composti più robusti. Dona rotondità e morbidezza, ma richiede grande precisione per evitare note cotte.
- **DISTILLAZIONE** | alcune case distillano singoli estratti per ottenere aromi puri e definiti da aggiungere in blend precisi. In questo modo si può giocare su contrasti più sofisticati.

Ogni produttore adotta tempi, temperature, proporzioni e strumenti propri. Alcuni lasciano maturare il Vermouth per settimane o mesi in tini d'acciaio, altri filtrano leggermente, altri ancora scelgono l'integrità non filtrata. Il risultato è una gamma pressoché infinita di espressioni, dove il lavoro artigianale si avvicina più alla profumeria che all'enologia. In un'epoca dove la naturalità e la complessità aromatica sono sempre più ricercate, il Vermouth si rivela un alleato perfetto per chi vuole esplorare

l'universo del gusto con profondità e creatività.

ITALIA, FRANCIA E OLTRE: GLI STILI A CONFRONTO

Il Vermouth ha due patrie d'elezione: l'Italia e la Francia, ognuna con una scuola stilistica ben riconoscibile. Il Vermouth italiano (Torino è la capitale storica) è spesso più ricco, corposo, con note speziate e una dolcezza più pronunciata. È il re del Vermouth rosso. Quello francese (tipico della regione di Chambéry) tende a essere più secco, floreale, con un profilo aromatico più delicato e vini base generalmente più acidi. Negli ultimi anni, però, il Vermouth ha superato i

te su malvasia e ortugo.

Oltre Atlantico, l'Argentina si sta affermando come una delle nuove capitali del Vermouth latino, con prodotti ispirati alla scuola italiana ma reinterpretati con vitigni autoctoni e botaniche andine. In Texas, realtà come The Austin Winery hanno lanciato un Vermouth artigianale a base di viognier, con infusione di fiori selvatici e spezie del deserto, per un risultato balsamico, secco e vagamente esotico. In Germania, nella Foresta Nera, alcuni Vermouth artigianali giocano con le erbe alpine e le cortecce locali, combinando vino riesling con ginepro, pino mugo e achillea, per un effetto quasi "selvatico"



confini classici: Spagna, Germania, Stati Uniti, Australia, Sud America – ogni territorio sta sviluppando la propria voce. I nuovi produttori sperimentano con botaniche autoctone, vitigni locali e ricette contemporanee, contribuendo ad ampliare e arricchire il panorama globale del Vermouth. È una nuova mappa aromatica tutta da esplorare. In Italia, fuori dal Piemonte, si assiste a una fertile decentralizzazione produttiva. In Toscana, alcuni produttori utilizzano vini Chianti e botaniche mediterranee, donando al Vermouth un profilo vinoso, erbaceo e rustico. A Parma, città storicamente legata al mondo delle erbe officinali, stanno nascendo micro-produzioni che recuperano antiche ricette locali con uno spirito contemporaneo, spesso basa-

e montano. In Inghilterra si può trovare un Vermouth prodotto in piccoli lotti - simbolo della nuova scuola del Vermouth del Regno Unito, tra rispetto per la tradizione europea e spirito innovativo - prodotto con vini inglesi e una selezione accurata di botaniche come rosa canina, assenzio, rabarbaro e fiori di sambuco. L'Australia sorprende con una scena effervescente: etichette come Margan o Maidenii utilizzano vitigni semillon, botaniche endemiche e tecniche enologiche raffinate per dare vita a Vermouth aromatici, sottili e inaspettatamente gastronomici. La ricerca si spinge anche verso confini sensoriali estremi. Esistono prodotti che infondono il Vermouth con fiori di ciliegio giapponesi, evocando profumi primaverili e umami floreale.

Altri produttori sfidano invece le categorie tradizionali con ricette a base di pomodori essiccati, alghe e spezie fermentate, per un profilo salino e terroso, perfetto nei cocktail con sherry o tequila. Ci sono perfino casi di Vermouth affinati in acqua di mare, come sperimentazioni di cantine liguri o catalane che giocano con la pressione, la temperatura e il microambiente sottomarino per evolvere il prodotto in modo diverso. Il tempo e il mercato saranno i giudici del loro futuro.

IL VERMOUTH DI TORINO

Nel panorama internazionale del Vermouth, Torino si distingue non solo come luogo d'origine,



ma come epicentro culturale e produttivo. Per tutelare e valorizzare questa eredità, nel 2019 è stato istituito il Consorzio del Vermouth di Torino, con l'obiettivo di promuovere, difendere e regolamentare il Vermouth di Torino IGP (Indicazione Geografica Protetta). Il disciplinare del Consorzio stabilisce criteri rigorosi: il vino base deve essere prodotto in Piemonte o in Italia e aromatizzato solo in Piemonte; la botanica principale deve essere l'artemisia piemontese; le tecniche di produzione devono rispettare metodi tradizionali. Il Consorzio riunisce storiche maison nonché produttori artigianali e giovani realtà, oltre che a produttori di botaniche - che hanno riportato vitalità al segmento. L'intento comune è la difesa della denominazione, garan-

tendo standard qualitativi elevati e raccontando una tradizione liquida radicata nel territorio, ma ancora oggi capace di innovarsi. Ogni anno, il Consorzio nomina nuovi "Ambasciatori certificati" del Vermouth di Torino. Questi professionisti si dedicano con passione e competenza a diffondere la conoscenza e l'apprezzamento del Vermouth di Torino a livello internazionale. Come in ogni cosa, l'educazione è la chiave per far conoscere una categoria. Parallelamente, il Consorzio ha ideato il progetto triennale "Mediterranean Aperitivo", cofinanziato dall'Unione Europea, che si è posto come goal quello di sensibilizzare i consumatori sui prodotti europei a Indicazione Geografica. Il marchio "Vermouth di Torino/Vermut di Torino IGP" rappresenta oggi non solo una denominazione d'origine, ma un segno distintivo di identità, autenticità e stile. In un mondo dove il Vermouth si produce ovunque, è una bussola e una garanzia per orientarsi tra passato e presente, tra origine e qualità.

DEGUSTARE E TRATTARE IL VERMOUTH: VERITÀ, METODO E RISPETTO

Degustare il Vermouth non è un vezzo da esteti, né un esercizio riservato agli addetti ai lavori: è un atto di rispetto verso un prodotto che unisce cultura, tecnica e territorio. Troppo spesso lo si relega a mero "ingrediente da miscelazione", ma il Vermouth merita uno spazio autonomo nel calice, perché parla con una voce propria, stratificata e coerente. Partiamo da un presupposto fondamentale: il Vermouth è vino. E in quanto tale, richiede le stesse attenzioni. Va servito alla giusta temperatura (tra gli 8 e i 12°C), in un bicchiere da degustazione che permetta l'ossigenazione e la percezione delle componenti aromatiche. Non ghiacciato. Non shakerato. Non dimenticato in bottiglia aperta per mesi, sennò si ossida.

La degustazione si sviluppa in tre momenti fondamentali:

- **VISTA** | osservare il colore aiuta già a intuire stile e intensità. I Vermouth rossi, spesso caramellati o arricchiti con bota-



niche speziate, mostrano riflessi ambrati o bruno-rossastri. I bianchi e gli extra dry vanno dal paglierino al giallo oro. La limpidezza è indice di buona filtrazione e tecnica produttiva.

- **OLFATTO** | qui il Vermouth svela la sua anima. Si cercano le note primarie del vino base (frutta gialla nei bianchi, floreali nei rossi giovani, note ossidative in quelli affinati), ma soprattutto la tessitura delle botaniche: artemisia (presente in tutti), scorze di agrumi, radici, spezie, fiori. Un buon Vermouth è complesso ma leggibile, profondo ma equilibrato. Se al naso prevale l'alcol o il caramello, qualcosa non funziona.
- **GUSTO** | al palato, il Vermouth deve raccontare una storia coerente. La dolcezza – che può essere minimale o molto pronunciata – va sempre accompagnata da una componente amaricante elegante e da un'acidità sufficiente a dare slancio. I migliori Vermouth hanno un finale persistente, in cui tornano le note balsamiche e agrumate, senza chiudere mai stucchevoli. La sensazione che deve rimanere è quella della bevibilità, della tensione gustativa, non della saturazione.

Il suggerimento è quello di assaggiare sempre almeno due o tre stili a confronto: un dry o extra dry, un bianco profumato, un rosso più intenso. Solo così si coglie l'ampiezza

espressiva di questa categoria troppo spesso sottovalutata.

Infine, una nota pratica: una volta aperto, il Vermouth va conservato in frigorifero e consumato entro 4–6 settimane. Non è eterno. L'ossidazione ne spegne gli aromi e ne altera il gusto. Chi lavora dietro al bancone lo sa bene: un Vermouth fresco cambia tutto in un cocktail, rende il drink più pulito, più vivido, più credibile.

Degustare il Vermouth è un invito all'ascolto. Non è una gara a chi riconosce più botaniche, ma un esercizio di attenzione: verso il territorio che lo ha generato, verso il vino che lo sostiene, verso le menti che l'hanno pensato. È lì che si misura, davvero, la qualità di un Vermouth.

VERMOUTH E MISCELAZIONE

Ci sono ingredienti che definiscono una disciplina. Il Vermouth è uno di questi. Senza di lui, la mixology moderna non sarebbe mai nata: è stato il ponte tra l'amaro e il dolce, tra spirito e aroma, tra intuizione e bilanciamento.

I COCKTAIL CLASSICI: LE FONDAMENTA DEL BAR

Basta pronunciare pochi nomi per capire il peso del Vermouth nella storia della miscelazione: Martini, il più elegante degli short drink (Gin, o Vodka, e Vermouth dry); Negroni, equilibrio perfetto tra dolce, amaro

e botanico (Gin, Bitter, Vermouth rosso); Manhattan, l'America liquida del XIX secolo (Rye Whiskey e Vermouth rosso); Americano, il progenitore del Negroni, fresco e gentile (Bitter, Vermouth rosso, soda); Martinez, raffinato e aromatico, antenato del Martini Cocktail (Gin, Vermouth rosso, maraschino). Senza il Vermouth, tutti questi cocktail sarebbero monodimensionali. Con lui, acquisiscono profondità, ampiezza e finezza.

LA RISCOPERTA CONTEMPORANEA

Negli ultimi anni, molti bartender hanno rivalutato il Vermouth come ingrediente centrale, non più solo come co-protagonista. Si sperimenta su nuove proporzioni, si selezionano etichette artigianali, si usano blend di Vermouth diversi per creare stratificazioni aromatiche complesse. Alcuni cocktail bar si spingono oltre, proponendo Vermouth bar dedicati, o carte dove il vino aromatizzato è la base dominante, perfino per drink miscelati con Whisky giapponese, Aquavit o Mezcal. Tecniche avanzate come la chiarificazione con caseina, l'affumicatura a freddo e il rotovap di botaniche locali sono sempre più usate per modificare texture e aromaticità dei drink a base Vermouth. Alcuni professionisti miscelano Vermouth con fermentati artigianali (kefir, kombucha) o preparano "cordial di Vermouth" per abbattere l'alcol e mantenere complessità. Sempre più mixologist trattano il Vermouth come un vero ingrediente da cucina liquida, analizzandolo nei suoi componenti: dolcezza residua, acidità volatile, bilanciamento amaricante. C'è chi lo degusta con la bilancia da barista, chi lo serve a temperatura controllata sottovetro,

chi ne registra l'ossidazione settimana dopo settimana per definire il punto ottimale per il servizio. Il Vermouth non è più (solo) una parte di un drink: è un ingrediente d'autore, un mezzo espressivo, una scelta di stile liquido. E, quando di ottima qualità e ben trattato, può trasformare radicalmente il profilo di qualsiasi cocktail.

L'ORA DEL VERMOUTH

Parlando di gastronomia e, in modo più ampio, di lifestyle, è d'obbligo un accenno al concetto de "l'ora del Vermouth". C'è stato un tempo, tra fine Ottocento e primi Novecento, in cui "l'ora del Vermouth" non era solo un rito del gusto, ma un vero fenomeno sociale. Nata nei caffè torinesi e diffusasi presto in tutta Italia, questa abitudine segnava la transizione tra pomeriggio e sera, tra il lavoro e la convivialità. Si beveva un bicchiere di Vermouth spesso accompagnato da olive, acciughe, qualche boccone salato. Dov'ero accennare al fatto che le donne potevano partecipare liberamente alla vita del bar, senza scandalo. Il Vermouth, elegante e moderato nella gradazione, divenne un simbolo di modernità e di emancipazione silenziosa: una bevanda "sociale" in tutti i sensi. "Dalla Corte al popolo". Riscoprire oggi "l'ora del Vermouth" significa recuperare quel gesto consapevole e raffinato, quel tempo lento in cui il bere era un atto culturale prima ancora che alcolico. È un invito a prendersi una pausa, a scegliere la qualità, a celebrare l'incontro e la condivisione. Nelle prossime pagine proponiamo delle etichette di Vermouth con il proprio profilo aromatico, ricetta e storia. 

VERMOUTH E TENDENZE

- **Low ABV (bassa gradazione)** | il Vermouth è protagonista di cocktail leggeri ma intensi, spesso mixati con toniche, aceti infusi, kombucha o birre sour.
- **Degustazione liscia** | cresce l'interesse per il Vermouth come "bevanda da meditazione", da servire in piccoli calici.
- **Hard pairing gastronomico** | i bartender collaborano con chef per costruire percorsi sensoriali complessi. Il Vermouth rosso invecchiato si abbina a carne brasata, il bianco dry con ostriche, l'ambrato con formaggi erborinati o zuppe speziate.



V/P

AMBRATO

V/P

VERMOUTH DI PARMA



COMPOSITORE DI SPIRITI

LABORATORIO CREATIVO INDIPENDENTE

Via Linati 7, Parma
Via Faverzani 109, San Daniele Po (CR)

Vermouth di Parma



Vermouth di Parma è una nuova concezione di Vermouth che abbina territorialità e innovazione. Emanuele Beati trasferisce nel suo prodotto tutta la passione e la competenza per un abbinamento aromatico complesso e per la creazione di un prodotto che esce dagli schemi del classico, rispettandone la storicità. Questo Vermouth nasce dalla volontà di esprimere al meglio le caratteristiche della Malvasia di Parma abbinandole alle migliori botaniche, fra cui Artemisia Absinthium, scorze di arancia amara e dolce, cannella e fava tonka. Il connubio con la Malvasia di

Parma, che presenta caratteristiche fortemente aromatiche e floreali, è la caratteristica principale di questo Vermouth, esaltato da profumi intensi e con un gusto che passa dal floreale allo speziato. È un Vermouth diverso, che esprime al meglio un territorio ricco di storia e tradizione, perfetto per essere consumato liscio, in tutta la sua potenza aromatica, ma anche eccezionale con ghiaccio e soda per una bevuta fresca ed elegante. Vermouth di Parma si presta, infatti, perfettamente anche alla miscelazione, donando al drink complessità; sono perfetti gli abbinamenti con Whisky e Rum. Ad esempio: in un Rob Roy o in un Vieux Carré, in un twist on classic su Martinez o Bamboo cocktail. Vermouth di Parma, con il suo carattere dominante, è sempre protagonista nel drink e diventa un alleato prezioso del bartender che vuole dare ai suoi cocktail una firma unica e particolare.



Vermouth di Torino Bianco e Rosso – Strucchi



Con la linea Strucchi – che comprende le versioni Bianco, Rosso e Dry – nel 2024 Paolo Dalla Mora firma un progetto dedicato alla rinascita del Vermouth di qualità, ispirato alla figura storica di Arnaldo Strucchi, autore nel 1907 di uno dei testi fondamentali sul Vermouth di Torino. Il brand si distingue per l'equilibrio tra tradizione e modernità, espresso anche dalle etichette d'autore firmate da Riccardo Guasco, che rendono omaggio alle icone dell'eleganza del primo Novecento. Strucchi Bianco si presenta con un profilo rotondo, fresco e luminoso. Ottenuto dalla fortificazione e aromatizzazione di vino bianco italiano, al naso svela sentori di sambuco e artemisia, seguiti da un bouquet erbaceo in cui spiccano maggiorana, timo, salvia e rosmarino. In bocca è armonico e rinfrescante, attraversato da note agrumate di semi di coriandolo e chiuso da un finale amaricante gentile. Versatile in miscelazione e raffinato da solo, è protagonista ideale di twist contemporanei o semplicemente servito con tonica. Strucchi Rosso è la voce più intensa e speziata della gamma. Sempre a base di vino bianco italiano, si distingue per un colore bruno profondo e un aroma ricco di artemisia, cannella, chiodi di garofano e scorze d'arancia. A queste si aggiungono le erbe aromatiche italiane – tra cui maggiorana, santoreggia e salvia sclarea – che donano struttura e complessità. Il finale, amaricante e persistente, si nutre di note legnose di china, bilanciate dalla naturale dolcezza del vino. Strucchi Dry è ottenuto da vino bianco italiano, con un colore paglierino e note di eucalipto, cardamomo, assenzio, rosmarino, dittamo e alloro. Al palato, una leggera speziatura di zenzero precede un finale fruttato tipico del vino. Delle interpretazioni che restituiscono, in chiave attuale, l'anima del Vermouth classico piemontese: raffinato, identitario e pensato per accompagnare con stile l'“ora del Vermouth”.



Vermouth di Torino Rosso - Alpestre

Nel Vermouth di Torino Rosso Alpestre si riflettono secoli di tradizione erboristica. È una ricetta che profuma di passato, dove l'amaro nobile dell'assenzio e del rabarbaro si intreccia con le note calde di chiodi di garofano, cannella e achillea. Di un intenso colore rosso ambrato, colpisce per la sua struttura olfattiva profonda, speziata, quasi meditativa. Il gusto si apre con un ingresso dolce, che evolve in una complessità aromatica ricca e persistente, capace di restare a lungo sul palato senza appesantire.

È un Vermouth pensato per chi ama i profili gustativi netti e autentici, senza compromessi. Anche in questa referenza ritroviamo il cuore spirituale del brand Alpestre: una reinterpretazione fedele e al contempo innovativa, che rende omaggio ai saperi dei frati di Carmagnola. La firma stilistica è la stessa: botaniche selezionate, equilibrio aromatico e uno sguardo attento alla contemporaneità della mixology. È ottimo da gustare nel cocktail Americano d'Oltralpe, con Bitter Alpestre e Double Dutch Soda, o in un Negroni Officialis, con Bitter Alpestre e Alpestre Gin Alpino.

Vermouth di Torino Bianco - Alpestre

Il Vermouth di Torino Bianco firmato Alpestre è un inno alla delicatezza floreale. Nasce da una base di Moscato impreziosita da botaniche nobili come salvia sclarea, rose bianche, sambuco, assenzio, maggiorana, china e genziana. Il risultato è una sinfonia raffinata che conquista sorso dopo sorso. Dorato e luminoso, al naso rivela una complessità aromatica che oscilla tra dolcezza e freschezza. Il palato conferma la promessa: un profilo seducente, morbido e perfettamente bilanciato, capace di distinguersi tanto nella

miscelazione quanto nella degustazione in purezza. Questo Vermouth rappresenta una delle cinque anime della collezione Alpestre, progetto sviluppato in collaborazione con Fulvio Piccinino e basato sulla reinterpretazione delle antiche ricette dei Frati Maristi. Un lavoro meticoloso, che ha selezionato e "scomposto" le botaniche storiche in chiavi aromatiche dedicate: la parte più luminosa e aromatica trova piena espressione in questa versione bianca, dove ogni sorso è una passeggiata tra erbe alpine e fiori antichi.



Vermouth di Torino Rosso- Calissano

Calissano affonda le sue radici ad Alba, dove nel 1872 Luigi Calissano avvia un'attività di lavorazione delle uve. Nel 1885 inaugura un moderno stabilimento di 2.600 mq e dà il via alla produzione vinicola: ai grandi classici delle Langhe si affiancano spumanti metodo classico e, soprattutto, Vermouth. Agli inizi del Novecento l'azienda si espande all'estero, aprendo uno stabilimento a New York e superando, nel 1908, i sei milioni di bottiglie annue. Il Vermouth Rosso Calissano nasce da una ricetta che valorizza Gavi DOCG e Langhe Nebbiolo DOC come base vinosa, oltre il 75% del volume, uniti a 14 botaniche tra erbe e spezie, con l'Artemisia in primo piano, di cui alcune del Piemonte. La lavorazione prevede estrazione delle essenze tramite macerazione e distillazione, seguite dalla maturazione del prodotto per alcuni mesi. Il risultato è un Vermouth dal colore rosso brillante, con profilo aromatico classico: amaro d'Artemisia, note agrumate di arancia amara e pompelmo, sfumature speziate di timo e alloro, e un finale elegante alla vaniglia. La struttura armonica data dal Gavi e Nebbiolo regala grande persistenza e piacevolezza. Ottimo come aperitivo o in miscelazione, come nel Drink Rosso: Vermouth, limone, zucchero, lamponi freschi e soda al pompelmo rosa, per esaltare la versatilità e il carattere distintivo della ricetta Calissano.



Vermouth di Torino Rosso Superiore – La Canellese

Nato dall'incontro tra l'eccellenza enologica del Nizza DOCG e una raffinata selezione di piante officinali, questo Vermouth di Torino Rosso Superiore è una celebrazione autentica dell'arte liquoristica piemontese. Un prodotto raro e prezioso, frutto del savoir-faire artigianale di La Canellese, che esprime un profondo legame con il territorio. Un legame racchiuso nella bottiglia che lo contiene, la quale presenta la denominazione Nizza DOCG in rilievo. Il vino rosso utilizzato – il Nizza, uno dei più nobili del Piemonte – conferisce struttura, intensità e un carattere unico. A esso si unisce un'infusione artigianale di oltre 30 botaniche tra radici, fiori, frutti ed erbe, tutte provenienti dalla regione: assenzio maggiore, pontico e gentile, salvia, tarassaco e altre varietà tradizionali. La lavorazione, interamente manuale, utilizza solo ingredienti selezionati: Nizza DOCG, zucchero, alcol puro di alta qualità. Un Vermouth autentico, non filtrato al fine di preservare le caratteristiche di un grande vino rosso come il Nizza DOCG. Nel bicchiere, si presenta con un intenso rosso rubino, che richiama tanto il vino base quanto le spezie scure dell'infusione. L'aroma è ampio e armonico, dominato da note di artemisia, salvia e tanaceto, con eleganti accenti di frutti rossi maturi e spezie dolci. Al palato, la corposità e personalità del Nizza si fondono con delicate sfumature erbacee e amaricanti, dando vita a un sorso complesso, lungo e appagante. Va servito a 8–12 °C in un bicchiere ampio, per permettere al bouquet di esprimersi pienamente. Perfetto da degustare "neat", come aperitivo o fine pasto. Sublime in abbinamento a cioccolato fondente, scorza d'arancia, piccola pasticceria, o in pairing audaci con formaggi erborinati e stufati. Un Vermouth da contemplare, che racconta il Piemonte sorso dopo sorso.



ANTICA FORMULA
CARPANO
DAL
1786

LA FORMULA
PERFETTA
PER IL
NEGRONI
PERFETTO



BEVI RESPONSABILMENTE

Vermouth di Torino Extra Dry - Cocchi



Nel 130° anniversario della storica casa piemontese, Cocchi firma un Vermouth di Torino Extra Dry che omaggia le sue radici con orgoglio e rigore. La menzione “Ricetta Piemontese” in etichetta non è solo una dichiarazione d'intenti, ma una promessa mantenuta: ogni ingrediente chiave proviene dal Piemonte, culla del Vermouth.

Il vino base è Cortese, varietà autoctona a bacca bianca, cui si affianca una selezione di botaniche di pregio: Artemisia Absinthium raccolta sulle montagne piemontesi, bucce di limone, menta di Pancalieri (una varietà locale di menta piperita), angelica, coriandolo e cardamomo. Il risultato è un Vermouth brillante e fragrante, dal profilo aromatico fresco, erbaceo e agrumato, con note di mela, melone e fiori bianchi che si fondono elegantemente con le sfumature balsamiche e speziate.

Con i suoi 17% vol. e una spiccata personalità, Cocchi Extra Dry è pensato per la miscelazione raffinata: protagonista nei grandi classici come il Martini e il Bamboo 1908 (40ml Cocchi Vermouth di Torino Extra Dry, 40ml Fino Sherry, 1 Dash di bitter all'arancia, 1 Dash di Angostura e oliva come garnish), sorprende anche semplicemente allungato con acqua tonica – perfetta quella ai fiori di sambuco – o servito on the rocks. Un'etichetta contemporanea, ma profondamente radicata nel territorio, che ridefinisce con stile il concetto di “extra dry”.



Vermouth della Regina Bianco – Chazalettes



Omaggio alla Regina Margherita di Savoia, che apprezzava molto il prodotto, il Vermouth della Regina Bianco porta con sé il prestigio del Brevetto Reale conferito alla casa Chazalettes nel 1907. La storica realtà torinese venne fondata nel 1876 nel cuore della città. Tutto ebbe inizio nel 1860, quando Clemente Chazalettes si trasferì da Chambéry a Torino per lavorare con Martini & Sola. Di lì a poco, nacque la Cte. Chazalettes & Co, destinata a diventare una delle

protagoniste dell'età d'oro del Vermouth italiano. Questo Vermouth di Torino incarna un perfetto equilibrio tra tradizione e raffinatezza, racchiudendo in sé una sinfonia aromatica che conquista fin dal primo naso. La sua cifra stilistica è una fragranza avvolgente, in cui i profumi floreali e fruttati si fondono con grazia. Artemisia piemontese, dolci agrumi, coriandolo e angelica tracciano un profilo olfattivo intrigante, impreziosito da una nota esotica di cardamomo. Sul finale, un delicato tocco di genzianella e uno di rabarbaro donano profondità e contrasto, smorzando la dolcezza e conferendo dinamismo al sorso. Con i suoi 16,5% vol., questo Vermouth si distingue per la sua eleganza vellutata e una versatilità sorprendente in miscelazione. Perfetto in pairing con uno spumante per un raffinato Royal Mimosa, trova una seconda anima in un twist come l'Adonis #2, dove lo sherry ne esalta le sfumature aromatiche. Un'etichetta che racconta la nobiltà del Vermouth torinese con spirito contemporaneo, pensata per chi cerca, nel calice, un dialogo tra storia e creatività.



CLASSIC COCKTAIL

MARTINI COCKTAIL

Il Martini è il cocktail che rappresenta al meglio l'arte della miscelazione. Semplice, ma al contempo complesso, è realizzato in modi e stili diversi. Tre, in particolare, meritano un approfondimento: Direct, Stirred e Shakerato.

di Luca Tesser

Il Martini Cocktail è sicuramente il cocktail più famoso al mondo. È il più semplice, così come, allo stesso tempo, il più complesso, perché rappresenta al meglio l'arte della miscelazione. Per noi patiti del classico, che amiamo la miscelazione per quella sua semplicità che si trasforma in complessità, brivido e suggestione, il Martini è l'emblema della raffinatezza.

Perché un cocktail è, o almeno dovrebbe essere, un'opera d'arte, una perfetta sinfonia di note di gusto che, giocando fra picchi e af-

fondi, creano una liquida perfezione. Nessun cocktail come il Martini riesce a trasformare questa magia sublime in esercizio di stile e a connettersi con il gusto, nel rispetto della storia e dell'evoluzione di quest'ultimo. Come è possibile trovare così tanti metodi, stili, varianti in un cocktail che è diventato l'icona dell'intera disciplina della miscelazione? Abbiamo già parlato del Martini su Mixology Mag, ma questa volta lo proponiamo non per raccontarne la storia e la tecnica, ma per soffermarci sulle sue diverse interpretazioni.

È vero che non ci sono modi giusti o sbagliati di fare un Martini, ma sulla questione Direct, Stirred o Shakerato è il caso di spendere qualche parola.

DIRECT

Il Direct Martini è un **Martini Cocktail** realizzato direttamente nella coppetta. Si utilizza semplicemente qualche goccia di Vermouth dry e si versa del Gin preso direttamente dal congelatore. Si tratta, quindi, di servire una dose abbondante di Gin a bassissima temperatura, senza diluizione, nella coppetta e di aggiungere, se si vuole, qualche oliva o la scorza di limone. Per i cultori di un perfetto Martini, questa tecnica è quanto meno discutibile: si eliminano, infatti, di sana pianta, la diluizione e la personalizzazione. Anzi, i più intransigenti non lo considerano nemmeno un cocktail classico, proprio per l'assenza della diluizione e dell'acqua che, insieme a spirit, bitter e zucchero, è uno dei quattro elementi fondamentali di un cocktail. Eppure, questo è uno dei sistemi più utilizzati anche in locali con una ricca storia e tradizione in fatto di Martini. A mio parere, la definirei una modalità che non dà alcun valore aggiunto al cocktail, una semplificazione dovuta più a esigenze di servizio che a una vera e propria scelta di stile. È accettabile se si vuole preparare un Martini a casa, ma in un locale bisognerebbe quantomeno alleggerire il tutto con la giusta dose di acqua nel Gin, abbassando di un minimo il tenore alcolico.

STIRRED

Lo **Stirred Martini** è il Martini come dovrebbe essere: diluito, arricchito dall'esperienza del bartender in termini sia di scelta di prodotto sia in termini di tecnica. Non c'è nulla di più perfetto di un Martini mescolato a dovere, con la giusta diluizione e la giusta temperatura. Sulla scelta del Gin e del Vermouth si aprono poi diverse possibilità e interpretazioni, ma l'importante è che la mano del bartender si esprima qui al meglio: questo è, in definitiva, il motivo per cui una persona si va a bere un Martini in un determinato locale e non in altri. L'assemblaggio di differenti Vermouth, qualche goccia di Bitter in aggiunta e perché no, anche un personale blend di Gin,

possono poi portare il Martini a un livello di perfezione.

SHAKERATO

Il terzo stile è quello che riguarda il **Martini Shakerato**, una scelta interpretativa e tecnica in particolare americana. Non c'è nulla di sbagliato nello shakerare un Martini, purché lo si faccia nel giusto modo. Innanzi tutto, utilizzando un cobbler, lo shaker a tre pezzi o continentale, che porta veramente al minimo la diluizione e al massimo il raffreddamento. Un Martini shakerato con Cobbler, quindi, non risulterà troppo diluito, ma avrà sicuramente un altro tipo di texture, preferibile o meno alle altre tecniche. L'errore da non compiere è quello di "bondizzarsi" e shakerare il cocktail debolmente, con qualche cubetto di ghiaccio: la maniera "007" in un Martini è garanzia di un risultato poco soddisfacente, poco freddo e annacquato. Questa modalità lasciamola ai fan di Ian Fleming, il creatore di James Bond.

UN COCKTAIL PERSONALE

Insomma, il Martini è qualcosa di personale e non si può nemmeno imporre un proprio gusto in termini di servizio, perché anche qui le variabili sono talmente tante che è difficile anche solo elencarle. In definitiva, è sempre meraviglioso sperimentare, quando si va in un nuovo locale, una nuova interpretazione, a conferma del fatto che un Martini stupisce sempre e, talvolta, può anche far cambiare idea sul modo in cui lo si preferisce. 



Lo Stirred Martini è il Martini come dovrebbe essere: diluito, arricchito dall'esperienza del bartender in termini sia di scelta di prodotto sia in termini di tecnica



CLASSIC COCKTAIL

RUSTY NAIL

Cocktail che lascia a chi lo sorseggia un ricordo di gusto sempre piacevole, il Rusty Nail sposa l'intensità dello Scotch Whisky con l'aromatica dolcezza del Drambuie, un liquore scozzese ricavato da un Whisky, al quale si aggiungono erbe, spezie e miele d'erica.

di Luca Tesser

Il Rusty Nail è sicuramente un cocktail riuscito in termini di gusto e stile; esprime al meglio una classicità semplice e pulita, capace però di trasmettere un'aromaticità complessa e ammaliante. Una volta assaggiato, il Rusty Nail diventa una

preferenza obbligata, lasciando un ricordo di gusto sempre piacevole. La sua particolarità è il binomio tra l'intensità dello Scotch Whisky e l'aromatica dolcezza del Drambuie, un liquore scozzese ricavato da un Whisky al quale si aggiungono erbe, spezie e miele d'erica.

Il **Rusty Nail** deve la sua celebrità al fatto di essere uno dei cocktail preferiti da Frank Sinatra e dal gruppo Rat Pack, che calcò le scene soprattutto di Las Vegas tra gli anni Cinquanta e Sessanta. Del gruppo facevano parte, oltre a The Voice, Dean Martin, Sammy Davis Jr, Peter Lawford e Joey Bishop. Gli spettacoli dei Rat Pack a Las Vegas divennero una delle attrazioni principali della città e le scorribande del "Clan", così veniva anche definito il gruppo di amici, pare fossero sempre ben accompagnate da alcolici, tra i quali il Rusty Nail aveva un ruolo da protagonista.

LE ORIGINI DEL COCKTAIL

Il cocktail pare sia stato creato per la prima volta in un bar delle Hawaii agli inizi degli anni Quaranta, ma fu nel decennio successivo che divenne popolare, legando la sua storia a quella del Club 21 di New York. Da qui si diffuse poi in altre città degli Stati Uniti come un drink particolarmente amato dal jet set. Sull'origine del nome non ci sono molte testimonianze: c'è chi afferma che il termine Rusty Nail, ossia chiodo arrugginito, si riferisca al colore del drink, anche se sembra poco probabile, visto che il cocktail è di un giallo dorato, più che color ruggine. Molto probabilmente il nome si riferisce più agli effetti provocati dall'assunzione di più Rusty nel corso della serata: assumerne diversi, infatti, potrebbe lasciare la sensazione di un chiodo arrugginito piantato nel cervello.

COME SI PREPARA

Per preparare un ottimo Rusty Nail occorre in primo luogo selezionare uno Scotch Whisky degno e sicuramente non troppo basico. Un blended, che evita di creare una dominante di sapore troppo netta come quella data da un Single Malt, può essere un'ottima scelta. Il Drambuie è il secondo ingrediente d'obbligo, ed è importante tenere un buon equilibrio nelle proporzioni per non sbilanciare il cocktail verso la parte dolce. Gli oli essenziali di limone sono fondamentali per creare la perfetta armonia tipica del Rusty Nail. Questo cocktail, infine, si presta molto alla personalizzazione, attraverso la scelta di un determinato Whisky o anche assemblando un blended Whisky con una piccola parte di Single Malt torbato. ■



Il Rusty Nail è celebre per essere uno dei cocktail preferiti da Frank Sinatra e dal gruppo Rat Pack, che calcò le scene soprattutto di Las Vegas negli anni Cinquanta e Sessanta

LE RICETTE

Rusty Nail

- 1 ¾ oz Blanded Scotch Whisky
- 1 oz Drambuie
- Olii essenziali di una scorza di limone

Raffreddare un bicchiere Old Fashioned, colmarlo di ghiaccio e mescolare gli ingredienti all'interno di un mixing glass. Versare il contenuto del mixing glass nel bicchiere e completare depositando gli oli essenziali di limone sulla superficie, pressando delicatamente una scorza, da usare come garnish.



Paated Rusty Nail

- 1 ½ oz Monkey Shoulder
- ½ Oz Caol Ila 12 y.o.
- 1 Oz di Drambuie
- Olii essenziali di una scorza di limone

Raffreddare una coppetta e versare tutti gli ingredienti in un mixing glass. Miscelare e versare il tutto nella coppetta ghiacciata. Ultimare con una scorza di limone

LOCALI STORICI

UN TOUR FRA I BAR
PIÙ ANTICHI D'ITALIA

Retaggio di un'Italia che non c'è più, i café storici continuano a rappresentare un forte legame con le città dove sono nati. All'interno di questi luoghi, molto è rimasto immutato, ma molto si è anche adattato alla modernità.

di Luna Maller



L'Italia vanta tantissimi bar storici, più di qualsiasi altro Paese al mondo. Si tratta di locali aperti dal Settecento in poi, capaci ancora oggi di stupire per la loro eleganza e bellezza senza tempo. In questi luoghi si respira l'atmosfera di un tempo passato, un'epoca durante la quale i *café*, da semplici luoghi di ritrovo, divennero ambienti di riferimento per gli esponenti della più raffinata società, frequentati da personalità di spicco della politica, del cinema e dell'arte. E proprio i *café* hanno saputo fare dell'eccellenza italiana un vanto. Retaggio di un'Italia che non c'è più, essi mantengono un forte legame con le città nelle quali sono nati. All'interno di questi luoghi, tanto è rimasto immutato, ma tanto si è anche dovuto adattare alla modernità.

TORINO | CAFFÈ SAN CARLO

Aperto nel 1822 sotto il nome di Café di Piazza d'Armi, il **Caffè San Carlo** divenne, durante gli anni del Risorgimento, un luogo di ritrovo per gli intellettuali fedeli alla causa dell'Unità d'Italia. Fu un effervescente luogo di scambi culturali, in netta contrapposizione con gli altri caffè dall'anima più conservatrice. Nel 1934 fu costretto a cambiare sede e spostarsi in Piazza San Carlo. Gli arredi sposano lo stile barocco piemontese, con statue, affreschi e stucchi che stupiscono il visitatore, trasportandolo in un tempo in cui il locale era l'anima culturale e sociale della città. Oggi il Caffè San Carlo è il risultato di un recente restauro, che ha saputo mantenere la storicità e la sontuosità dell'ambiente abbinandovi però una spinta verso il contemporaneo.

TORINO | CAFFÈ MULASSANO

Ci troviamo in Piazza Castello e il **Caffè Mulassano** è senza ombra di dubbio un'icona di Torino. Fondato nel 1907 dalla stessa famiglia Mulassano, che all'epoca era anche proprietaria della celebre Distilleria Sacco, nel 1925 il locale passa alla famiglia Nebiolo che, di rientro dall'America, dà nuovo lustro al locale. Al Mulassano compare per la prima volta il toast, proprio grazie ai Nebiolo, che si erano portati dall'America una macchina per tostare il pane, e si inventa il tramezzino, il cui nome si deve a Gabriele D'Annunzio. Il Mulassano diviene in questi anni un locale di riferimento per Torino, per un tramezzino a mezzogiorno o per un aperitivo alla sera. Gli arredi sono curati in ogni minimo dettaglio: spiccano intarsi in legno, marmi e specchiere. I fasti del locale subiscono una battuta d'arresto nel secondo dopoguerra e bisogna attendere gli anni Settanta per far riemergere l'antica bellezza di questo luogo, con un sapiente restauro voluto dalla famiglia Chessa.

ALASSIO (SV) | CAFFÈ PASTICCERIA BALZOLA

Il celebre **Caffè Balzola** di Alassio, cittadina in provincia di Savona, è del 1902. Nasce per iniziativa della famiglia Balzola che, proveniente dal Monferrato, creò questo Caffè Pasticceria che divenne famoso in tutt'Italia per i celebri Baci di Alassio. Il locale ebbe grande fortuna per la qualità della pasticceria, arrivando anche alla corte dei Savoia, ma anche per aver portato ad Alassio, meta ambita di villeggiatura, rituali come l'aperitivo e i caffè-concerto.

Al Caffè Balzola, infatti, si poteva assistere ai concerti delle più grandi orchestre italiane, gustandosi qualche Bacio, accompagnato da un buon tè o di qualcosa di più sostenuto. Celebre fu la visita ad Alassio di Gabriele D'Annunzio insieme alla divina Eleonora Duse. Poco è cambiato da allora al Caffè Balzola, che con i suoi meravigliosi interni celebra lo stile liberty, che fece grande l'Italia di quegli anni.

FIRENZE | CAFFÈ LE GIUBBE ROSSE

In Piazza della Repubblica a Firenze c'è il **Caffè Le Giubbe Rosse**, fondato nel 1897 come birreria Reininghaus, sullo stile delle birrerie viennesi, da due fratelli tedeschi produttori di birra. Nelle birrerie di questo tipo era uso indossare per il servizio delle giubbe rosse e il nome tedesco della birreria, poco digerito dai fiorentini, divenne semplicemente Caffè delle Giubbe Rosse. Il locale divenne celebre come ritrovo culturale-letterario per gli esponenti più in vista del Futurismo e della rivista Lacerba. Successivamente divenne il ritrovo abituale degli appartenenti all'Ermetismo ed Eugenio Montale era di casa. Le Giubbe fu il cuore pulsante della Firenze letteraria per quasi un secolo, frequentato da personalità quali Giovanni Papini, Ardengo Soffici, Aldo Palazzeschi, Dino Campana, Elio Vittorini e tanti altri.





WHISKYFACILE
— TASTE IT EASY —

WWW.WHISKYFACILE.COM



TRIESTE | CAFFÈ TOMMASEO

A Trieste il **Caffè Tommaseo** è il più antico della città. Il palazzo nel quale ha sede venne costruito nel 1824 e il primo caffè, chiamato Caffè Tomaso, aprì nel 1830 per opera del padovano Tomaso Marcato. Gli affreschi, gli specchi dal Belgio, l'abile lavoro degli ebanisti ne fanno uno dei Caffè più sontuosi d'Italia. Solo nel 1848 prese il nome di Tommaseo, in onore di Niccolò Tommaseo, scrittore e patriota dalmata. In questo periodo il Caffè divenne il centro culturale per eccellenza del Risorgimento a Trieste, un punto di riferimento per l'Italia che doveva ancora nascere. Fu anche uno dei primi locali ad avvalersi dell'illuminazione a gas e il primo a fare il gelato a Trieste.

VENEZIA | FLORIAN CAFFÈ

Il **Florian**, in piazza San Marco a Venezia, rappresenta, sostanzialmente, il prototipo stesso del caffè italiano. È il caffè più antico del mondo: fu fondato con il nome di Alla Venezia Trionfante nel 1720 da Floriano Francesconi, in un'epoca in cui non c'erano ancora i Dogi. Il nome Florian, Floriano in dialetto veneziano, successivamente divenne l'unico nome del locale. La schiera di nomi illustri che hanno frequentato il Florian è infinita: si pensa che qui Casanova corteggiasse le sue dame e che Carlo Goldoni vi si intrattenesse fin da ragazzo. Il locale, dagli interni sensazionali, oggi è frutto di una ristrutturazione del 1958.

ROMA | ANTICO CAFFÈ GRECO

L'**Antico Caffè Greco** di Roma, in via dei Condotti è uno tra i caffè più antichi d'Italia: ha aperto i battenti nel 1760. Inizialmente ritrovo preferito di artisti e studiosi tedeschi a Roma, il Greco ha da subito stretto un rapporto privilegiato con la cultura e l'arte. Questo legame lo ha portato a raccogliere nel corso della sua storia oltre 300 opere d'arte, che costituiscono la più grande collezione privata aperta al pubblico del mondo.

NAPOLI | GRAN CAFFÈ GAMBRINUS

Gambrinus a Napoli è un simbolo della città, come Maradona e San Gennaro. Ubicato in via Chiaia, praticamente in Piazza del Plebiscito, di fronte al Palazzo Reale, Gambrinus è nato nel 1860. Voluto dall'imprenditore Vincenzo Apuzzo, il locale divenne fin da subito una vera e propria attrazione in città e fu molto frequentato. Il nome Gambrinus fa riferimento alla mitologia nordica e a una sorta di patrono della birra. Il locale è l'espressione stessa della moda della metà dell'Ottocento; negli interni, un vero e proprio tripudio di bellezza, troviamo opere d'arte meravigliose, perlopiù firmate da artisti napoletani.

Il Florian, in piazza San Marco a Venezia, rappresenta il prototipo del caffè italiano. Il nome Florian, Floriano in dialetto veneziano, deriva dal fondatore Floriano Francesconi





L'APPROFONDIMENTO

AMERICAN DREAM

Dai pionieri alla segale, dalla persecuzione degli esattori ai colossi del Bourbon, fino alla mixology e al boom del single malt: storia liquida del Whiskey a stelle e strisce.

di WHISKYFACILE.COM

Chi pensa allo Scotch, immediatamente visualizza colline desolate, laghi, uomini baffuti in kilt di tweed che accarezzano cani da caccia accucciati davanti a un camino. Chi pensa al Whiskey americano, invece, non può levarsi dalla testa John Belushi che in "Animal house" tracanna una bottiglia di Jack Daniel's alla goccia.

Basterebbe questo piccolo test sull'immaginario collettivo connesso ai due distillati per capire come sono percepiti diversamente: uno erede di una nobile tradizione secolare, l'altro, icona pop e rock, sinonimo di sregolatezza.

Due facce della stessa moneta, ma giocata su due tavoli differenti. Eppure, anche il Whiskey del nuovo mondo ha un passato glorioso e un'epica entusiasmante, che merita di essere raccontata e tramandata. Soprattutto in questi anni in cui la categoria del distillato di cereali del nuovo continente sta vivendo un rinascimento globale in termini di qualità e innovazione.

DAI PIONIERI ALLA FRONTIERA

La sacra e ottima abitudine di distillare cereali sbarca con i primi coloni europei nel Seicento, quando tedeschi, scandinavi e britannici arrivano in Nord America. Qui, cercano di piantare l'amato orzo nativo, ma capiscono subito che le spighe faticano ad attecchire. Al contrario, man mano che la frontiera si sposta verso ovest e verso sud, si scopre che segale e mais crescono benissimo. E dunque quei cereali diventano la base del neonato Whiskey americano. Una data di nascita sicura non c'è, ma ci sono tre padri nobili. **James E. Pepper**, che nel 1776 crea il primo brand; Evan Williams, che nel 1783 apre la prima distilleria commerciale; Elijah Craig, il reverendo che secondo la leggenda inventò la carbonizzazione dei barili durante un incendio. Un puro mito, dato che in realtà la pratica di bruciare le doghe delle botti deriva dal tentativo dei coloni di riprodurre il gusto affumicato dello Scotch torbato in un nuovo contesto privo di torbiere.

Il Whiskey presto innerva la vita e l'economia delle colonie, diventa moneta di scambio e unico tonico in grado di dare quel coraggio necessario ad attraversare a cavallo gli Appalachi o la grande pozzanghera di polvere del Nebraska. Nel 1791 entra anche ufficialmente nella storia degli Stati Uniti, che saranno anche nati dalla rivolta del Tea Party, ma diventano nazione con la Whiskey Rebellion, quando il nuovissimo governo federale di Washington manda l'esercito per far pagare le tasse ai distillatori clandestini delle colonie più occidentali della Pennsylvania, dove gli esattori venivano malmenati e coperti di pece e piume. Nel XIX secolo la produzione cresce e si diffonde fino al Pacifico, anche se la Bourbon County, in Kentucky, diventa presto la zona di produzione più rinomata. È proprio in questi decenni che il Whiskey americano sceglie la grafia con la "e", nel tentativo di richiamarsi all'Irish Whiskey, in quel periodo considerato il migliore al mondo. Fino al Novecento produzione e consumo crescono vertiginosamente, salvo poi schiantarsi contro il puritanesimo e il movimento teetotaler, che nel 1919 porta al National Prohibition Act: si entra negli anni foschi del Proibizionismo, quelli dei gangster e del contrabbando, ma anche degli speakeasy. Anni che finiscono nel 1933, quando l'America torna grande (bevitrice) e l'industria distillatoria esplode letteralmente, dando vita a conglomerati in grado di dominare i mercati mondiali. Grazie a una particolare tipologia, il Bourbon.

DAL MAIS AL MONDO: BOURBON NO LIMITS

Il Bourbon gioca la parte del leone nell'industria dell'American Whiskey. Regolato dal 1964, può essere legalmente prodotto in tutti gli Stati, anche se quasi tutto arriva da California, Illinois, Pennsylvania, Indiana, Georgia e soprattutto Kentucky (95%). Dei dieci marchi di Whisky più venduti al mondo, tre sono Bourbon.

La caratteristica principale è il mash, il mix di cereali da fermentare e poi distillare: almeno il 51% deve essere mais. Il disciplinare dice che lo spirito deve uscire dagli alambicchi (colonna o pot still, o un mix) a meno di 80% ed essere imbottato a



L'Old Rip Pappy Van Winkle detiene il record per il Bourbon più costoso mai venduto: nel 2024 è stata venduta all'asta una bottiglia per 107mila dollari

Il Rye Whiskey è più importante dell'acqua nei primi anni delle colonie: nel 1808 sui monti Allegheny viene venduto un barile di Rye ogni due abitanti, donne e bambini compresi

meno di 62,5%. Deve invecchiare in botti nuove di rovere tostato, ma non c'è un'età minima: dopo due anni può essere etichettato come Straight Bourbon. Vietata l'aggiunta del caramello alimentare consentito nello Scotch. L'utilizzo obbligatorio di botti nuove, unito al clima molto più caldo e umido rispetto alla Scozia, rende la maturazione rapida, costringendo a una rotazione dei barili negli immensi magazzini, dove le file più in alto fanno segnare temperature più elevate. Per questo motivo gli invecchiamenti dei Bourbon sono spesso molto brevi. La carbonizzazione del rovere vergine, poi, aumenta l'effetto di caramellizzazione e rende gli aromi terziari molto impattanti: la dolcezza, la piccantezza e le note di vaniglia e cocco tostato sono quasi inevitabili in un sorso di Bourbon.

Esiste una terminologia specifica del Bourbon che vale la pena chiarire. Il sour mash indica la pratica di aggiungere un residuo acido di distillazioni precedenti (detto setback) al cereale in fermentazione, leggermente alcalino a causa dell'acqua che viene filtrata da rocce calcaree. Il white dog è invece il new make, ovvero il distillato bianco appena uscito dagli alambicchi (a proposito: quelli discontinui di rame sono chiamati doubler o thumper). Infine, la dicitura bottled in bond indica un Whiskey prodotto secondo particolari standard di qualità: spirito di una sola distilleria, prodotto in un'unica stagione distillatoria, imbottigliato a 50% e invecchiato almeno 4 anni. I Bourbon più venduti al mondo sono Jim Beam e Maker's Mark; tra i top seller ci sono anche Four Roses, gli storici Evan Williams ed Elijah Craig, Wild Turkey, Woodford Reserve, Basil Hayden's, Bulleit, Buffalo Trace, Blanton's e Michter's, il preferito dai mixologist. Spetta invece all'**Old Rip Pappy Van Winkle** il record per il Bourbon più costoso mai venduto: 107mila dollari all'asta per una bottiglia nel 2024.





TENNESSEE WHISKEY, L'ECCEZIONE TARGATA JACK

Tecnicamente, il Tennessee Whiskey è in tutto e per tutto un Bourbon, dato che anche in questo caso il mash deve contenere almeno il 51% di mais. Tuttavia, non è soltanto questione di campanilismo fra Stati limitrofi. Il disciplinare, ufficializzato nel 2013 dopo anni di pressioni da parte di **Jack Daniel's**, il gigante locale che ha tanto spinto per ottenere una categoria a sé, definisce un piccolo dettaglio che distingue il Tennessee Whiskey dal Bourbon: il Lincoln county process. Si tratta di un metodo di filtrazione attraverso carboni di legno d'acero da sciroppo, ideato proprio da Jack Daniel's e diventato "obbligatorio" per legge, come tratto identificativo della tipologia. Viene definito mellowing perché con questa filtrazione il distillato si ammorbidisce ulteriormente. Per questo, ogni distilleria produce il suo carbone bruciando legna d'acero sul retro. I carboni raffinano il distillato, rimuovendo le note più oleose e pesanti.

LA FRONTIERA INFINITA DEL RYE

La segale è stata il primo cereale che i coloni europei hanno coltivato a fini distillatori una volta sbarcati sulla costa orientale del Nord America. Resistente, perfetta per climi più rigidi, veniva già distillata in Germania e in Scandinavia e dalle parti del Maryland e della Pennsylvania attecchiva alla grande, tanto che lo stesso George Washington aprì una distilleria di Whiskey di segale, Rye in inglese.

Il Rye Whiskey è più importante dell'acqua nei primi anni delle colonie: nel 1808 sui monti Allegheny viene venduto un barile di Rye ogni due abitanti, donne e bambini compresi. Poi, complici i sussidi assicurati ai produttori del Sud, il Rye tipico degli Stati settentrionali cade in disgrazia, fino a scomparire quasi del tutto. Anche perché la segale è difficile da fermentare e distillare, tende a diventare una massa ingestibile e appiccicosa dopo la fermentazione. Le difficoltà tecniche non hanno però frenato la grande rinascita del Rye, che è recente ed è stata trainata dai bartender. Nel suo profilo piccante e particolare, ruvido e autentico, questi ultimi hanno trovato un twist interessante per drink come l'Old Fashioned e il Boulevardier. Meno dolce del mais, il Rye non necessita di sour mash per evitare il proliferare dei batteri. Rispetto al Bourbon, il Rye Whiskey è prodotto in un areale più

Oggi i Whiskey single malt americani sono più di cento e gli analisti si aspettano una crescita del 500% del mercato nei prossimi anni

A scuola di miscelazione con i corsi RTS



**Gruppo RTS propone corsi di formazione professionale
totalmente finanziati
sulla storia e le tecniche della miscelazione con docenti altamente qualificati.**

Lezioni personalizzabili con approfondimenti su:

- Storia della miscelazione
- Miscelazione classica
- Miscelazione moderna
- Spirits e liquori
- Miscelazione creativa
- Servizio e accoglienza

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

- tecniche di miscelazione
- attrezzature e postazione di lavoro
- accoglienza della clientela e "perfect serve"
- tecniche di elaborazione classiche e moderne, twist on classic



Contattaci per informazioni
www.rts-srl.it - info@rts-srl.it

Piazza M. Ruini 29/A - 43126 Parma



vasto e dunque il cereale può essere maggiormente influenzato dal terroir. Il che comporta la compresenza di diversi stili regionali, chiamiamoli così, un po' sulla falsa riga delle regioni produttive dello Scotch. Così, il Rye del Maryland utilizza una percentuale alta di segale (65-70%), mentre quello del Kentucky si limita al 51%. Invece, in Pennsylvania si è distinto il Monongahela Rye, prodotto sulle rive dell'omonimo fiume in una valle che fin da fine Settecento diventa una sorta di Bengodi distillatorio. Oltre agli storici marchi - Old Overholt e Rittenhouse - negli ultimi anni tutti i brand specializzati in Bourbon hanno aggiunto a portafoglio una referenza di Rye Whiskey, quindi, oggi non c'è che l'imbarazzo della scelta.

AMERICAN SINGLE MALT, IL NUOVO TESORO

Il distillato di orzo maltato, tipico della Scozia, quello che i pionieri come detto non riuscivano a produrre due secoli fa, oggi invece è una realtà rampante nel panorama del Whiskey americano. Lo è perché la fortuna recente del single malt scozzese ha spinto diversi produttori a lanciarsi in quella che è ufficialmente una categoria soltanto dall'entrata in vigore del disciplinare dell'American single malt, a fine 2024.

Il pioniere è stato Steve McCarthy, che nel 1985 ha fondato la Clear Creek distillery in Oregon. Ma è solo grazie al boom dei birrifici artigianali che il fenomeno prende piede, all'inizio degli anni Duemila. Apre i battenti Westward, seguono St. George spirits, Virginia distillery e tanti altri. Ancor più del Rye, ha un senso la differenziazione geografica: orzo coltivato sulle coste del Pacifico dà single malt molto diversi da quello coltivato in Colorado, il single malt del Vermont necessariamente di discosta molto da quello californiano. L'American single malt diventa un terreno inesplorato di sperimentazioni sia dal punto di vista del cereale, sia delle maturazioni, con legni locali e affumicature ardite. Il "new standard of identity" dell'American single malt definisce le norme produttive: 100% orzo maltato; ogni fase della distillazione deve avvenire negli USA, in un'unica distilleria; distillato al massimo a 80%, deve essere imbottigliato almeno a 40%; contrariamente alle altre categorie, il colorante alimentare è consentito, così come è consentito l'invecchiamento in barili di legno già usati, a patto che siano di capacità inferiore ai 700 litri. Un disciplinare così rigoroso è stato percepito come garanzia di serietà e qualità e ha innescato la tendenza: oggi i single malt americani sono più di cento e gli analisti si aspettano una crescita del 500% nei prossimi anni. Fiutato il business, i soliti big hanno iniziato a produrre single malt, anche se le etichette che più scaldano gli appassionati sono altre, come la già citata Westward, la texana Balcones e due produttori di Seattle, Westland e **Copperworks**, che abbiamo volutamente lasciato per ultima. Fondata nel 2013 nella città che fu dei Nirvana, la distilleria prende le mosse dall'esperienza del craft brewery precedente. I proprietari si sono da subito concentrati sull'utilizzo di varietà rare o perdute di orzo - come il Baronesse - e fanno della fermentazione la chiave per un distillato straordinariamente fruttato. Proprio questa ricchezza di aromi, questa esplosione tropicale unita a una spinta balsamica freschissima, ci ha fatto innamorare di questo single malt, tanto che - come WhiskyFacile - abbiamo selezionato ben tre barili per i nostri imbottigliamenti della "Black cat series". Ebbene sì, a Copperworks abbiamo trovato l'America.



La distilleria Copperworks, a Seattle, usa varietà rare o perdute di orzo e fa della fermentazione la chiave per un distillato particolarmente fruttato



FERMENTAZIONE

SOUR MASH, UNA STORIA AMERICANA

Il Sour Mash è una tecnica fermentativa codificata soprattutto nella produzione del Bourbon e del Tennessee Whiskey, che ha trovato applicazione anche in altri distillati.

di Giovanni Campari

Il termine Sour Mash è indissolubilmente legato al Whiskey americano, in particolare al Bourbon e al Tennessee Whiskey. Tuttavia, questa tecnica di fermentazione ha trovato applicazione anche in altri distillati, elaborati seguendo pratiche artigianali tramandate nel tempo; andiamo dunque a parlare di questa tecnica fermentativa, codificata soprattutto nella produzione del Bourbon e del Tennessee Whiskey, il cui ruolo microbiologico merita di essere descritto e spiegato, per quanto sia possibile.

L'ORIGINE DEL SOUR MASH

L'origine del Sour Mash viene fatta risalire alla fine del XVIII secolo, quando i primi distillatori nel Kentucky e nel Tennessee, tra cui James C. Crow, chimico scozzese considerato il padre del Bourbon moderno, iniziarono ad adottare pratiche empiriche per migliorare la costanza del prodotto. Crow, attivo a partire dal 1823, fu uno dei primi a documentare l'utilizzo sistematico di

“set-back” o “spent mash” (residuo fermentato) in nuove fermentazioni. Questa sua innovazione contribuì a stabilizzare la fermentazione e a prevenire contaminazioni indesiderate, rendendo la produzione di Whisky un po’ più costante e controllata.

La tecnica prende ispirazione da pratiche ancestrali già presenti in molti altri ambiti: nella panificazione (i pani fermentati con lievito madre a pasta acida), nella produzione di aceti e nelle bevande fermentate tradizionali, Pulque, Ginger Beer fermentata, in un certo senso anche nel vino, se si pensa all’uso del “pied de cuve” come starter della fermentazione, e in alcune “birre sour”. In pratica: ogni qual volta si utilizzi una porzione del fermentato precedente come starter naturale per la nuova fermentazione. Il nome Sour Mash deriva dall’acidità introdotta nel nuovo mash; la miscela di malto e cereali macinati con acqua, punto di partenza per la produzione del mosto della birra e del Whisky. L’acidità veniva apportata dalla popolazione microbica presente nella parte di “set-back” aggiunta, in cui vi sono numerosi tipi di batteri lattici.

IL PROCESSO DEL SOUR MASH

Il Whisky è un distillato di cereali fermentati, potremmo definirlo con estrema semplicità ed approssimazione una sorta di “distillato di mosto di birra non cotto e non luppolato”. Nel processo di “mashing” (ammestamento), i cereali macinati, solitamente mais, segale e malto d’orzo, vengono miscelati con acqua calda per trasformare l’amido in zuccheri fermentescibili grazie alla azione degli enzimi del malto (soprattutto le beta-amilasi) che ne degradano le lunghe catene spezzettandole in maltosio, glucosio e malto triosio, tutti zuccheri di cui il lievito (*Saccharomyces Cerevisiae*) si alimenta per trasformarli in etanolo, anidride carbonica e una serie di composti aromatici (esteri, alcoli superiori, aldeidi).

Nel processo di Sour Mash, il mash (la miscela di cereali, malto e acqua) viene addizionato con una buona percentuale (solitamente dal 25% al 40%) di “spent mash”, il mosto precedentemente fermentato che contiene ancora lievito morto, una buona fonte di nutrimento per il lievito vivo e batteri lattici. Lo “spent mash” apporta acidità che favorisce le condizioni di sviluppo della microflora di lieviti e batteri desiderati e ostacola la crescita di batteri e lieviti estranei che potrebbero dare luogo a fermentazioni selvagge e difetti nel prodotto finito. Terminata la fermentazione si procede alla distillazione, che può avvenire in alambicchi discontinui (pot stills) o continui (colonne a piatti), per ottenere il distillato incolore che solo dopo anni di invecchiamento in botti di legno stabiliti dal disciplinare specifico di produzione, prenderà il nome che gli compete: Scotch Whisky in Scozia, Irish Whiskey in Irlanda, American Whiskey in Usa (Bourbon Whiskey, Tennessee Whiskey, Rye Whiskey, Corn Whiskey) ecc.

SOUR MASH IN ALTRI DISTILLATI

Sebbene il Sour Mash sia principalmente associato al Whisky, questa tecnica è stata adottata anche in altre tradizioni di distillati nel mondo. Vediamoli di seguito.



Nel processo di “mashing” (ammestamento), i cereali macinati, solitamente mais, segale e malto d’orzo, vengono miscelati con acqua calda per trasformare l’amido in zuccheri fermentescibili grazie all’azione degli enzimi del malto

Il “giusto” equilibrio tra lavoro e famiglia



Gruppo RTS, attraverso l'adesione a EBITEN, supporta i piani di Welfare Aziendale che sostengono il lavoratore e la sua famiglia aumentando la competitività aziendale



Salute e sicurezza, servizi per la famiglia, rimborso spese di istruzione, sconti su beni e servizi sono alcuni degli esempi dei vantaggi disponibili per i dipendenti delle aziende iscritte ad Ebiten.



Contattaci per avere maggiori informazioni sui piani di Welfare Aziendale

www.rts-srl.it

800 010 333

info@rts-srl.it



Rum giamaicano: Dunder

Nella produzione di Rum Giamaicano si utilizza il “Dunder”, il liquido residuo lasciato dopo la distillazione del rum (le cosiddette borlande di caldaia), ricco di lieviti morti e nutrienti. Questo Dunder viene conservato e utilizzato nelle fermentazioni successive per introdurre esteri e composti aromatici caratteristici del Rum Giamaicano. La pratica è un po’ simile a quella del Sour Mash.

Baijiu cinese: Mash dei mille anni

Il Baijiu, distillato tradizionale cinese, utilizza una tecnica simile al Sour Mash chiamata “Mash dei Mille anni”. In questo processo, una parte del mash fermentato precedentemente viene riutilizzata in nuove fermentazioni, creando un ciclo continuo che arricchisce il profilo aromatico del distillato.

Mezcal e distillati di agave messicani

Anche in Messico ritroviamo una pratica simile a quella del Sour Mash, sebbene la grande maggioranza dei Mezcal e dei distillati di agave (o non agave, come il Sotol) fermentino in maniera spontanea, accade talvolta di trovare produttori che conservano una parte di mosto fermentato in precedenza per aggiungerlo come “starter” ad una nuova fermentazione.

COMPLESSITÀ DELLA FERMENTAZIONE

Avendo dedicato tutta la vita alle fermentazioni alcoliche non mi stancherò mai di dire che la chiave di tutto risiede proprio nella fermentazione, perché è in questa fase del processo che avviene la magia. La produzione dell’etanolo, lo spirito che andremo a separare dall’acqua con la distillazione, e di moltissimi composti aromatici avviene contemporaneamente ad una moltitudine di complesse reazioni biochimiche che, nelle fermentazioni spontanee e miste, sono prodotte da una popolazione di microrganismi molto variegata e in costante evoluzione. Ed è questa complessità che rende i distillati che io amo definire di terroir, sempre unici, irripetibili e perciò tanto affascinanti.



CHI È GIOVANNI CAMPARI

Laureato in Scienze e Tecnologie Alimentari, mastro birraio con un track record internazionale di successo, dopo 13 anni, nel 2020 vende il suo Birrificio del Ducato al gruppo Duvel-Moortgat e consegue un diploma in distillazione a Londra. Nel 2021 inaugura il progetto Terra Wild Spirits, che ha l’obiettivo di portare il terroir in distillati e liquori. Producendo distillati molto indentitari e fortemente legati alle loro terre di origine. Oggi Terra Wild Spirits è diventato un catalogo distributivo di prodotti accomunati dagli stessi valori di terroir e rispetto delle tradizioni. Campari è stato il primo europeo a produrre un Sotol in Messico.



CONTINUA IL GIRO D'ITALIA DELLA MIXOLOGY MAG COLLECTION

Prosegue il viaggio della Mixology Mag Collection, l'iniziativa di Mixology Mag che rende omaggio all'eccellenza della miscelazione italiana, con altri 25 locali che entrano nella lista.

a cura della redazione

Mixology Mag Collection non è una guida e nemmeno una classifica, ma un certificato di eccellenza che viene rilasciato in base a otto criteri di valutazione: ospitalità, drink, bottigliera, servizio, location, atmosfera, tecnica e drink list.

La valutazione è attribuita con un punteggio da uno a dieci per ogni criterio. Per essere menzionati nella MM Collection è necessario ottenere una media matematica di 7/10. Con MM Collection rendiamo omaggio al meglio della miscelazione italiana: nella Collection entrano luoghi inaspettati, al di fuori dello star system del bere miscelato, che meritano a pieno titolo di essere menzionati secondo una valutazione democratica e trasparente, al di fuori di sponsorizzazioni e fuori dal coro. I locali selezionati ricevono l'adesivo della MM Collection, sono recensiti in una sezione dedicata sul sito di Mixology Mag (www.mixologymag.it) e taggati nei post dell'account Instagram di Mixology Mag.

NON SOLO GRANDI CITTÀ

MM Collection contempla solo cocktail bar nei quali la miscelazione è una caratteristica fondamentale. La selezione prende in esame locali situati in città italiane di piccole, medie e grandi dimensioni in base al numero degli abitanti: la scoperta di cocktail bar interessanti anche in città più piccole ha infatti portato ad ampliare la selezione ai centri urbani dagli 80mila abitanti in su. Non sono valutati i cocktail bar d'albergo, che a partire da quest'anno hanno però uno spazio dedicato all'interno della rivista, e non si accetteranno candidature.

LE MODALITÀ DI VALUTAZIONE

La valutazione è eseguita in incognito da esperti del settore. Nessun peso viene dato a follower, guest, sponsorizzazioni: utilizzeremo una valutazione alla vecchia maniera, semplice e trasparente. Sui quattro numeri della rivista verranno svelati i locali selezionati in ordine casuale: se doveste vedere un locale della vostra città citato e vi stupite che non sia menzionato il vostro, non significa che non possiate essere menzionati su un numero successivo!



I 25 LOCALI SELEZIONATI IN QUESTO NUMERO



I PRIMI 25 LOCALI SELEZIONATI

Donkey	Bologna	Moebius	Milano	Freni e Frizioni	Roma
Ruggine	Bologna	The Doping Bar	Milano	Jerry Thomas Bar Room	Roma
Volare	Bologna	Tripstillery	Milano	La Punta Expendio de Agave	Roma
Giacosa 1815	Firenze	Ex Spaccio delle Carceri	Modena	Bar Cavour	Torino
Locale	Firenze	L'Antiquario	Napoli	D.ONE	Torino
Manifattura	Firenze	Choice	Parma	La Drogheria	Torino
Laurus	Lecce	Disco	Reggio Emilia	Il Mercante	Venezia
Ceresio 7	Milano	Jigger	Reggio Emilia		
MAG La Pusterla	Milano	Drink Kong	Roma		

UN GIOIELLO DI PERFEZIONE A CERVIA

Sul lungomare di Cervia, nel cuore di quella Romagna che è sempre stata un punto di riferimento dell'ospitalità e dell'accoglienza in Italia, la famiglia Amadori porta l'impresa a conduzione familiare a livelli altissimi: siamo a Villa del Mare, un resort moderno con un ampio giardino d'ingresso, dove il design e l'attenzione ai particolari creano un connubio sublime tra modernità e confort.

All'ultimo piano si erge il gioiello di Villa del Mare: **Alto Rooftop**, uno spazio meraviglioso, affacciato sul mare, dove cocktail bar e ristorante convivono, creando una sinergia perfetta.

Nel ristorante il patron Claudio Amadori ha creato una visione moderna e mai scontata di cucina: la tradizione è importante, soprattutto dal punto di vista della materia prima selezionata,

ma si traduce in una contemporanea emanazione di perfezione e di gusto. Con la piscina a dominare l'anima lounge di questo sogno sospeso sull'orizzonte di Cervia, il cocktail bar si fa estensione dell'immaginario liquido-alchemico di **Niccolò Amadori**, bartender capace di coniugare la miscelazione più contemporanea con la sublime perfezione del classico. Le sue esperienze all'estero e, in particolare, a New York, lo hanno portato ad avere una sicurezza e una tecnica invidiabili e ne fanno uno dei volti più interessanti della miscelazione italiana. All'Alto Rooftop la proposta Signature è il risultato di una ricerca costante e puntuale fra le più innovative tecniche della miscelazione contemporanea, oltre che di una raffinata scelta di materie prime. Qui ogni cocktail trasmette passione e conoscenza in una perfetta emanazione di gusto. Il locale è una perla rara che colpisce, oltre che per la bellezza del luogo, per la competenza del personale, sempre impegnato a offrire all'ospite un'esperienza di gusto e accoglienza indimenticabile. La famiglia Amadori, con la sua dedizione all'ospitalità, dimostra così di assolvere magistralmente il compito di stupire e ammaliare i propri clienti e con l'Alto Rooftop, puntando sulla tradizione e la territorialità, guarda oltre l'orizzonte e conferisce alla miscelazione una cifra contemporanea, unica e coinvolgente.



@www.teslagin.it



UN GIN CHE DÀ LA SCOSSA

Se cercate un Gin particolare, **Tesla Gin** fa indubbiamente al vostro caso. Tra le botaniche con cui è creato c'è il fiore elettrico: l'*Acmella Oleracea*. È un fiore di colore giallo, di origine sudamericana, che cresce perlopiù fra Brasile e Perù, la cui particolarità è quella di provocare in bocca un formicolio, che ricorda una sorta di scarica elettrica e fa aumentare la salivazione; il sapore è speziato ed erbaceo. Tesla Gin, la cui realizzazione è stata piuttosto travagliata per via della reperibilità del fiore stesso, si presta particolarmente alla miscelazione contemporanea: crea, infatti, una sensazione di gusto molto particolare.



UN'UNIONE PERFETTA TRA AMARI E DISTILLATI

Amarica Spirits coniuga la grande tradizione italiana dell'amaro con i distillati, mantenendo un profondo legame con il terroir. Il marchio di Montericco di Albinea, località dell'appennino emiliano, propone tre prodotti nei quali le piante officinali sono infuse in distillati di pregio: l'amaricato al Whisky, l'amaricato al Rum e l'amaricato al Mezcal.

Nel primo, le erbe dialogano perfettamente con un single malt scozzese, con un risultato complesso e incredibilmente interessante, morbido e pieno. Nell'amaricato al Rum l'alchimia è data dall'unione con un Rum di stile francese, la cui dolcezza e pienezza si legano a note amaricanti di assenzi. Nell'amaricato "al distillato di agave affumicato", come recita la bottiglia, la fusione con il Mezcal dà vita a un prodotto, fidatevi, strepitoso.

IL RUM CHE SPOSA CARAIBI E MEDITERRANEO

Mother Mesccia è un Rum bianco che abbina l'eccellenza della canna da zucchero haitiana a un'antica tradizione monegasca. Quella che viene chiamata "mesccia" era, infatti, l'usanza, nel principato di Monaco, di mescolare Rum proveniente dai Caraibi a vini liquorosi, come il Marsala o il Vermouth. Questo nuovo prodotto, che porta la firma di Velier, utilizza un raffinato Rum di Haiti invecchiandolo in botti ex Vermouth ed ex Marsala. Il nome Mother fa riferimento al fatto che questo prima realizzazione è la madre di quello che avverrà in futuro: la prima versione è lo spirito bianco, che ha giovato di un invecchiamento ridotto nelle botti, ma come saranno le future versioni con un invecchiamento più lungo?



L'ISOLA DI FAVIGNANA RACCONTATA IN UN GIN

Favignana Gin è un prodotto d'eccellenza che parla di un territorio unico: quello di Favignana. Le botaniche di questo Gin sono una selezione accurata dei profumi dell'isola siciliana: attorno al ginepro è creata una sapiente sinfonia di elementi, dai semi di coriandolo alle radici di angelica, con l'aggiunta di bucce di limone, foglie di olivo, foglie di mirto, camomilla, elicriso, menta, verbena, rosmarino e assenzio. Una leggera sapidità si unisce al bouquet di questo Gin dall'anima pura, nel quale il terroir è protagonista.





WHISKEY E BOURBON DAL PROFILO INTENSO

Appena fuori Chicago, a Evanston, la distilleria **Few** produce Bourbon e Rye Whiskey di ottima qualità. Una delle curiosità di questo prodotto è legata alla scelta del suo nome, compiuta con una certa ironia: Few sono le iniziali di Frances Elizabeth Willard, presidentessa della Woman's Christian Temperance Union, una delle leghe che contribuì alla nascita del proibizionismo.

Il Bourbon, composto dal 70% di mais, 20% di segale e 10% di malto d'orzo, è invecchiato in piccole botti che portano a una più veloce maturazione e influiscono sul profilo aromatico finale.

Il Rye è invece composto dal 70% di segale, una percentuale altissima per un Rye Whiskey, che conferisce a questo splendido prodotto intensità di gusto, speziata e aromatica.

NUOVA EDIZIONE PER IL BITTER FUSETTI

Bitter Fusetti viaggia in Messico per una nuova sorprendente edizione limitata.

Il Bitter reinventato da Flavio Angiolillo, che ha fatto uscire questa bevanda dalla sua dimensione più classica, si rinnova attraverso uno spettro di sapori inaspettati. Con un blend che ha per protagonisti il cactus e l'agave, l'edizione Mexico conquista il palato per sapidità e pienezza e si rivela incredibilmente versatile in miscelazione. Bitter dall'identità insolita, si presta alla fantasia del barman come pochi altri prodotti.





UN GIN CHE FA DA PONTE TRA ORIENTE E OCCIDENTE

Distillazione tradizionale olandese e spezie indonesiane costituiscono l'essenza di Bobby's Gin, il distillato distribuito da Onestigroup.

*Ce ne ha parlato Sander Nolen,
Export Director del marchio nato a Schiedam, nei Paesi Bassi.*

di Luca Tesser

Sander Nolen è Export Director di Bobby's Gin. Lo abbiamo incontrato in occasione dell'ultima edizione di Roma Bar Show e ci siamo fatti raccontare qualcosa in più sul mercato del Gin, che conosce bene essendo nel settore da oltre 15 anni, e sulla storia e le caratteristiche del distillato distribuito da OnestiGroup.

Vista la tua esperienza nel settore, ci puoi dire come è cambiato il mercato negli ultimi anni?

Lavoro nel mondo degli alcolici da oltre 15 anni, ricoprendo diversi ruoli nel marketing, e in questo periodo il cambiamento è stato enorme. Un tempo si puntava su grandi nomi ed etichette appariscenti, mentre il consumatore di oggi è molto più interessato all'artigianalità, alla qualità, alla trasparenza e alla storia che si cela dietro la bottiglia. È un cambiamento che si riflette perfettamente in ciò che facciamo in Bobby's:

offrire un distillato con una vera tradizione, prodotto con cura e infuso - letteralmente e figurativamente - di personalità. Da una prospettiva più ampia, stiamo anche assistendo a un crescente spirito di avventura, di formazione e di desiderio di scoprire distillati che abbiano un senso del territorio e uno scopo. Ed è qui che Bobby's trova la sua vera ispirazione.

Parliamo di Gin e Jenever: come si posizionano questi prodotti nel mercato italiano? Chi sono oggi i bevitori di Gin e Jenever?

L'Italia ha una profonda passione per il sapore e la tradizione: si tratta di un abbinamento perfetto sia per il Gin che per il Jenever. Il Gin è già un prodotto consolidato, ma ora stiamo assistendo a una vera e propria evoluzione verso Gin premium ed espressivi come Bobby's, che si distinguono sia per il gusto che per il design. Il Jenever è ancora una gemma nascosta, ma sta

iniziando a prendere piede, soprattutto tra i baristi e gli appassionati di distillati che vogliono esplorare oltre il *solito*. I bevitori di oggi, soprattutto in Italia, sono curiosi. Si interessano alla provenienza e al modo in cui vengono realizzati i prodotti. Cercano autenticità e qualità, ma anche qualcosa di carattere. I bevitori di Bobby's tendono ad apprezzare i dettagli, che siano nel bicchiere o nella storia che lo accompagna.

Puoi raccontarci qualcosa proprio della storia di Bobby?

Tutto è iniziato con Sebastiaan van Bokkel, il cui nonno, Jacobus Alfons, affettuosamente chiamato "Bobby", era originario dell'Indonesia e aveva l'abitudine di infondere il suo Jenever con la sua miscela di spezie indonesiane, conosciuta come "Pinang Raci" o "mash di spezie". Anni dopo, Sebastiaan trovò quella vecchia bottiglia ed ebbe un'illuminazione: e se portassimo quel sapore unico e la storia di famiglia in un Gin moderno? Dopo quasi due anni di sperimentazioni con i distillatori di Schiedam, dove è nato il Jenever, è nato il Bobby's Gin. È un ponte tra Oriente e Occidente, antico e moderno, tradizione e innovazione. Non è solo un Gin, è un omaggio alla famiglia e alla tradizione, imbottigliato con cura.

Il payoff sul sito web di Bobby's recita: "Dutch Courage and Indonesian Spirit". Che cosa significa?

È più di una semplice frase: è il nostro Dna. "Dutch Courage" è un omaggio all'audace tradizione di distillazione dei Paesi Bassi, in particolare a Schiedam, dove vengono prodotti i nostri liquori. "Indonesian Spirit" richiama sia le spezie che utilizziamo, come citronella, chiodi di garofano e cannella, sia l'anima della nostra storia, profondamente radicata nella tradizione indonesiana. La fusione di questi due mondi è ciò che rende Bobby's unico. Non cerchiamo di seguire le tendenze, raccontiamo una storia autentica e personale che ha un sapore incredibile.

Puoi raccontarci qualcosa del rapporto tra Bobby's e Onesti? Come è nato e come sta crescendo? Abbiamo stretto un legame con Onesti perché abbiamo visto una passione comune: per i distillati di alta qualità, per la narrazione e per



la costruzione di relazioni a lungo termine sul mercato. Fin dall'inizio, c'è stata una grande sintonia. Hanno capito il marchio e hanno visto il potenziale di Bobby's in Italia: non solo come un Gin qualsiasi, ma come un distillato con qualcosa di diverso da dire.

Da allora, la partnership si è rafforzata e l'attività ha continuato a crescere in Italia, nonostante il mercato sia in declino. Insieme, siamo riusciti a presentare Bobby's ad alcuni dei migliori bar e rivenditori in Italia, e il feedback è stato straordinario. Siamo entusiasti di continuare a costruire questa partnership con la famiglia Onesti!

Avete in programma il lancio di nuovi prodotti o iniziative nel 2025?

Senza rivelare troppo, stiamo lavorando a qualcosa che si adatti alle ultime tendenze in Europa e nel resto del mondo... sapori audaci, ma fedeli alla nostra tradizione. Stiamo anche valutando altre collaborazioni, soprattutto con persone e marchi che condividono i nostri valori in termini di artigianato e cultura. Che si tratti di nuovi prodotti, eventi o esperienze, crediamo nelle partnership per rafforzare il marchio.



BITTER BIANCO STRUCCHI: UN VERO E PROPRIO RACCONTO IN BOTTIGLIA

All'ultima edizione di Roma Bar Show, Strucchi ha lanciato il suo Bitter Bianco, un omaggio luminoso al gusto e all'arte femminile del Novecento.

di Pauline Rosa

Dal cuore della tradizione piemontese alla più importante vetrina internazionale del beverage: Strucchi Vermouth e Bitter, marchio fondato da Paolo Dalla Mora, già fondatore di Engine, ha debuttato ufficialmente al Roma Bar Show con

una novità che lascerà un segno nella miscelazione italiana: il Bitter Bianco.

All'evento romano, quella di Strucchi Vermouth e Bitter è stata un'apparizione in grande stile. Bitter Bianco Strucchi è una referenza che completa una gamma già solida – composta da Vermouth

Strucchi Rosso, Bianco, Dry e dal Bitter Rosso – e che conferma la missione del brand: reinterpretare l'heritage liquoristico italiano attraverso una lente contemporanea, senza mai perdere di vista il rigore delle origini.

COME NASCE IL BITTER BIANCO

Il Bitter Bianco nasce da un'infusione calibrata di quindici botaniche selezionate: tra queste, luppolo, agrumi mediterranei, spezie aromatiche e radici officinali che danno vita a un profilo gustativo fresco, luminoso e sottilmente amaro. Al naso, si aprono vivide note balsamiche di pompelmo rosa, mandarino e finocchio selvatico, intrecciate con un'eco lieve, ma riconoscibile, di assenzio romano. In bocca, l'amaro elegante del luppolo si fonde con la scorza d'arancio amaro, mentre le sfumature aromatiche di cardamomo e liquirizia accompagnano verso un finale persistente, in cui spiccano le nuance floreali di genziana, salvia sclarea e galanga. Il risultato è un bitter agrumato, sofisticato, dalla beva nitida e moderna, capace di sorprendere sia in purezza che in miscelazione. A raccontarne le potenzialità è **Leonardo Todisco**, Brand Ambassador di Strucchi: *"Il Bitter Bianco apre nuove possibilità per chi lavora dietro al bancone: dal punto di vista aromatico si sposta su territori ancora poco esplorati rispetto al bitter rosso, mentre la sua trasparenza giallo paglierino regala libertà cromatiche inedite nei cocktail. Non vuole sostituire nessuno, ma offrire un'alternativa autentica e creativa, in perfetta coerenza con la filosofia Strucchi"*.

L'OMAGGIO AD AMALIA PANIGATI

Come ogni prodotto firmato Strucchi, anche il Bitter Bianco non è solo un liquido da degustare, ma un racconto in bottiglia. Per questa nuova etichetta, il brand sceglie di omaggiare una figura femminile dal forte potere evocativo: **Amalia Panigati** (1901–1975), artista specializzata nella pittura a fuoco su vetro e autrice di alcune tra le più iconiche vetrate artistiche del Novecento, presenti in chiese e cattedrali in Italia e all'estero, incluso il Duomo di Milano. L'illustrazione dell'etichetta, firmata da **Riccardo Guasco**, ritrae una figura femminile sospesa tra sacro e moderno, tra luce e trasparenza. Un'icona che, come il bitter, non si lascia afferrare al primo sguardo: si rivela a poco a poco, tra armonie di colori, riflessi

e dettagli inaspettati. La scelta cromatica – quel giallo chiaro che richiama l'alba – non è casuale, così come non lo è il richiamo a un tempo in cui le donne cominciavano a farsi spazio anche in campi fino ad allora maschili, come quello dell'arte monumentale. *"Amalia trasformava la materia attraverso la luce. Lo stesso cerchiamo di fare noi con il bitter: prendere un liquido trasparente e dargli un'anima, un'identità capace di raccontare qualcosa ogni volta che lo si assaggia"*, afferma **Paolo Dalla Mora**.

UN MARCHIO CHE STA FACENDO LA STORIA DEL VERMOUTH

Il marchio Strucchi affonda le proprie radici in una figura seminale per il mondo del Vermouth: **Arnaldo Strucchi** (1853–1913), autore di uno dei testi più completi mai scritti sull'arte del Vermouth di Torino, ripubblicato nel 1907 e riscoperto anni dopo da Paolo Dalla Mora durante una ricerca storica. Da quell'incontro con la carta e con la memoria, nasce l'idea di creare una linea di Vermouth e Bitter che non si limiti a replicare il passato, ma che lo evochi in modo nuovo, ispirato, attuale. La gamma Strucchi, con i suoi prodotti Vermouth Bianco, Rosso e Dry e il Bitter Rosso, si distingue infatti per il rispetto delle ricette storiche, la qualità delle materie prime e un'estetica coerente con il mondo visivo del primo Novecento italiano: ogni bottiglia è un tributo a un'epoca e ai suoi protagonisti, raccontata attraverso illustrazioni d'autore e dettagli curatissimi. Con il Bitter Bianco, il progetto si arricchisce di una nuova voce: più chiara, più luminosa, ma non per questo meno profonda. Un Bitter pensato per i bartender in cerca di una nota fuori dal coro, per gli appassionati che amano esplorare nuovi equilibri, per chi vuole alzare il livello di ogni cocktail con un tocco di raffinata originalità. Nel panorama attuale della mixology, dove ogni ingrediente è chiamato a fare la differenza, il Bitter Bianco Strucchi farà la differenza. Versatile, moderno, capace di evocare sia la classicità dei grandi aperitivi sia la freschezza di una nuova ondata creativa. Strucchi dimostra così che l'innovazione più riuscita è quella che sa dialogare con la memoria. E il Bitter Bianco, con la sua trasparenza solo apparente e la sua complessità gentile, diventerà un riferimento per chi crede che ogni cocktail sia prima di tutto una narrazione liquida.



QUANDO IL WHISKY NASCE SULLE ALPI

Fondata dalla famiglia Ebensperger, la distilleria Puni è considerata la pioniera del Whisky italiano. Nel cuore delle Alpi, ai piedi dello Stelvio, Puni produce il distillato in due tradizionali piccoli alambicchi discontinui in rame, realizzati artigianalmente in Scozia.

di Giorgia Andrei

La distilleria Puni è la prima e principale distilleria di Whisky in Italia. Situata in Val Venosta, in Alto Adige, nel borgo medievale di Glorenza, questa preziosa realtà locale nasce negli anni 2010 per iniziativa della famiglia Ebensperger.

Padre e figlio, Albrecht e Jonas, dopo anni di formazione e numerosi viaggi in Scozia, lavorano fianco a fianco con ingegneri scozzesi e italiani e avviano la distilleria, che prende il nome dal fiume che scorre nella valle. I due tradizionali piccoli alambicchi discontinui in rame, realizzati a mano in Scozia e instal-

lati sotto la supervisione di esperti distillatori scozzesi, ne sono il cuore pulsante. Grazie all'acqua purissima del parco Nazionale dello Stelvio e al clima alpino, il Whisky Puni ha un gusto bilanciato e complesso. Come spiegano i suoi creatori: *“Le variazioni termiche stagionali contribuiscono all'evoluzione del Whisky, arricchendone il profilo aromatico e conferendogli un'identità distinta, legata al territorio”*.

TRADIZIONE E QUALITÀ IN OGNI BOTTIGLIA

Nel febbraio 2012 Puni distilla per la prima volta e dà vita a quello che viene considerato il primo Whisky italiano. Nell'autunno dello stesso anno, apre le porte il Puni Visitor Center, nel quale è possibile scoprire il processo di produzione del distillato. I primi prodotti sono poi immessi sul mercato nel 2015: sono Nova e Alba, due Whisky con profili di gusto distinti e dalle forti identità, che si differenziano per il tipo di botti utilizzate, ma che hanno in comune il terroir. In Puni la produzione si basa su alambicchi e attrezzature originali scozzesi, firmate da Forsyths, nome di riferimento per il settore e simbolo di autenticità nella distillazione del Whisky. I metodi tradizionali sono combinati con la modernità di tecnologie innovative, come il sistema di riscaldamento che, a differenza di quello tradizionale a vapore, utilizza acqua surriscaldata. Puni produce Whisky a base di malto d'orzo al 100% italiano, mentre il malto torbato utilizzato proviene dalla Scozia. Il distillato matura poi in diverse botti: ex-Bourbon dagli Stati Uniti, ex-Vino dall'Italia, ex-Sherry dalla Spagna, affumicate e di quercia vergine. La qualità del Whisky Puni si riflette anche nel design minimalista ed elegante delle bottiglie, ideate da Christian Zanzotti.

I PRODOTTI PUNI

La gamma principale di Whisky Puni include prodotti realizzati su base regolare e disponibili tutto l'anno. Sono i Whisky Gold, Sole e Vina. Gold è maturato in botti ex-Bourbon dagli Stati Uniti. È delicatamente dolce al naso, con aromi di vaniglia e pesche mature. Sole è invece invecchiato in botti ex-Bourbon e botti di Sherry Pe-



In Puni la produzione si basa su alambicchi e attrezzature originali scozzesi, firmate da Forsyths, nome di riferimento per il settore e simbolo di autenticità nella distillazione del Whisky

dro Ximénex della Spagna. Anche Sole è dolce, con aromi intensi di miele, melone e arancia rossa. Vina è invece invecchiato in botti di Marsala provenienti dalla Sicilia. In questo Whisky dominano aromi misti di torta alla frutta. La distilleria produce anche delle edizioni speciali, la serie Arte e la serie Aura. In questi Whisky i profili gustativi sono curati una sola volta, non sono mai replicati esattamente. Ogni edizione è un imbottigliamento unico.



Il Whisky Puni matura in diverse botti: ex-Bourbon dagli Stati Uniti, ex-Vino dall'Italia, ex-Sherry dalla Spagna, affumicate e di quercia vergine

PRATICITÀ, QUALITÀ E PERSONALIZZAZIONE

La professionalità e l'esperienza del laboratorio di Tac Drinks sono una garanzia: i suoi cocktail preparati in fusti non hanno nulla da invidiare a quelli che realizzerebbe un barman, miscelandoli singolarmente.

Pubbliredazionale

Tac Drinks nasce dalla passione per l'innovazione, nel segno della qualità. Ilario Parrotta e Vito Sportelli, titolari dell'azienda di Conversano (BA), hanno saputo realizzare un prodotto al passo con i tempi, in linea con le esigenze del mercato, ispirandosi a concetti come qualità, artigianalità, rispetto per l'ambiente e modernità. Il cocktail alla spina offre oggi un vantaggio enorme: è una soluzione intelligente e coerente con le richieste del mercato, garantisce standard elevati e fa risparmiare tempo. Il bartender che sceglie Tac Drinks è come se portasse nel proprio locale un laboratorio, senza però doverlo allestire con attrezzature e personale: il cocktail è già preparato e pronto da servire.

LA QUALITÀ NEI COCKTAIL ALLA SPINA

Tac Drinks frutto di un lavoro di laboratorio, curato da persone esperte che utilizzano materie prime di qualità. Un'altra caratteristica dei fusti è quella di garantire la stessa elevata qualità dal primo all'ultimo drink.





La qualità è anche nel servizio: il cocktail alla spina è già pronto da servire e consente di accontentare più consumatori in tempi più rapidi, ottimizzando il personale. Questo è un elemento importante soprattutto nei casi in cui un drink va per la maggiore e rallenta il servizio. Gin Tonic, Paloma, Spritz, Americano e Moscow Mule qualitativamente perfetti possono così essere serviti agevolmente, per la soddisfazione dei clienti, evitando inutili attese.

PERSONALIZZAZIONE E PRATICITÀ

Tac Drinks dà la possibilità ai clienti di personalizzare le ricette dei propri cocktail alla spina: in questo modo non si deve rinunciare al proprio tocco distintivo e non si è vincolati a scegliere solo cocktail standard. I keg utilizzati da Tac Drinks sono fusti riciclabili che garan-

tiscono qualità e conservabilità. Il fusto da 3l, che contiene circa 20 cocktail, è ideale per piccoli eventi, ma anche per una cena o un aperitivo fra amici in casa. La pompa manuale lo rende comodo e semplicissimo da utilizzare. Per l'uso professionale Tac Drinks propone il fusto da 24 l con sistema alla spina, pratico ed efficace anche in termini di stoccaggio. Questa soluzione è ideale per un servizio rapido, ma anche per eventi importanti dove la velocità di servizio diventa essenziale.

Tac Drinks propone anche cocktail in lattina: Gin Tonic, Paloma, Moscow Mule, Americano, Daiquiri e Margarita. Anche in questo caso la personalizzazione è il valore aggiunto: non solo si può determinare la ricetta del proprio cocktail, ma si può apporre il logo del proprio locale sulla lattina stessa. 





MACALLAN HORIZON: ARTIGIANALITÀ E PERFEZIONE INGEGNERISTICA

The Macallan e **Bentley Motors** hanno presentato in Italia, dopo la fine dei festeggiamenti del bicentenario di **The Macallan**, il Single Malt Scotch Whisky The Macallan Horizon, nato dall'incontro tra la tradizione artigiana del brand di Whisky e lo slancio innovativo che da sempre anima Bentley Motors, nome che spicca per un design automobi-

listico di prestigio. Il whisky è custodito in una bottiglia in vetro, materiale simbolico per entrambi i marchi, concepita per essere esposta in orizzontale e rompere le convenzioni della classica postura verticale. Il design innovativo, con una torsione di 180 gradi, riflette la traiettoria orizzontale tipica del mondo automobilistico e incarna un approccio rivoluzionario al prodotto. Un nastro in alluminio avvolge il contenitore in vetro, realizzato con la precisione tipica degli standard Bentley, in omaggio al materiale impiegato per la carrozzeria e la scocca delle vetture della Casa di Crewe. La bottiglia è racchiusa in una scultura rivestita in pelle a basso impatto ambientale, sapientemente lavorata in una tonalità castagna, che rifinisce e protegge elegantemente il prezioso contenuto. Il tutto è incorniciato da una struttura in rame riciclato, ingegnerizzata con precisione, che include rame proveniente dagli storici alambicchi di The Macallan, in uso prima dell'apertura della nuova distilleria nel 2019. Nella chiusura è incastonato un intarsio in legno di quercia, proveniente da una delle sei botti impiegate per la maturazione del Whisky, ispirato al design della manopola rotante Bentley Drive Dynamic Control. La scultura è rifinita con l'impiallacciatura Crown Cut Walnut di Bentley, una delle specifiche più distintive dei suoi modelli. E a rendere il tutto ancora più esclusivo è proprio il contenuto della bottiglia: un Single Malt Whisky creato in esclusiva. Realizzato con maestria da Kirsteen Campbell, Master Whisky Maker di The Macallan, il Whisky nasce dall'unione di sole sei botti di rovere europeo First Fill stagionate con sherry, accuratamente selezionate. Ogni botte apporta caratteristiche uniche, contribuendo a creare un distillato capace di racchiudere anche l'essenza di Bentley: eleganza, complessità e raffinatezza. Le ricche note di frutta secca e spezie si fondono perfettamente con sentori di rovere e cuoio, evocando le fragranze distintive degli interni Bentley. Il finale, lungo e persistente, riflette la qualità senza tempo e la raffinatezza delle Gran Turismo britanniche, offrendo un'esperienza sensoriale intensa e memorabile. Come ha detto **Jaume Ferras**, direttore creativo di The Macallan: "The Macallan Horizon è il progetto più complesso e visionario che abbiamo mai intrapreso. Ha richiesto uno scambio continuo di competenze con il team Bentley. Ispirati dall'orizzontalità delle auto Bentley, ci siamo chiesti se fosse possibile reinterpretare questo concetto per un Whisky, che alla fine deve essere versato e gustato". In tutto il mondo esistono solo 700 bottiglie di The Macallan Horizon. Ogni singolo esemplare è numerato, conferendo a ciascuna bottiglia un valore unico e irripetibile, paragonabile a una vera e propria opera d'arte da collezione.





SPAZI AVVOLGENTI CON LA CARTA DA PARATI

Murals Wallcoverings è una realtà italiana nata nel 2023, attiva nel settore delle carte da parati. Punto d'incontro tra creatività e design d'interni, l'azienda di Sassuolo (MO) propone nell'ultima collezione 2024/2025 nuove atmosfere. *“Questa nuova serie rappresenta un'evoluzione del nostro stile, unendo ricerca creativa e materiali di alta qualità per offrire soluzioni decorative originali e adatte anche agli ambienti commerciali”*, dicono in Murals. Pensata per spazi dal carattere distintivo, come cocktail bar, ristoranti e hotel, la collezione esplora temi che spaziano dall'arte contemporanea alla natura, reinterpretando il concetto di decorazione murale con grafiche d'impatto e finiture materiche. L'obiettivo è trasformare ogni parete in un elemento narrativo capace di valorizzare gli ambienti e creare esperienze immersive.

“Le nostre carte da parati non si distinguono solo per l'estetica, ma anche per la funzionalità: resistenti, facili da applicare e progettate per durare nel tempo, rappresentano una soluzione versatile per chi desidera personalizzare i propri spazi senza compromessi”.



SGABELLI DALLE LINEE ESSENZIALI



Si chiama Beat Stool lo sgabello proposto dal marchio di arredamento **Lago**, dalle geometrie rigorose e dal carattere contemporaneo. La sua struttura snella e minimale si sviluppa attorno a una seduta circolare imbottita, sostenuta da un sottile stelo metallico. Il dettaglio distintivo è il poggiapiedi asimmetrico, un elemento grafico che aggiunge dinamismo e leggerezza, trasformando la funzionalità in elemento di design. Beat è progettato per adattarsi a diversi contesti, grazie alla possibilità di personalizzazione nelle finiture e nei materiali. Lago progetta e realizza arredamenti interamente “Made in Italy”, proponendo mobili dal design modulare adatti anche ad esercizi pubblici. L'azienda ha recentemente aperto un nuovo flagship store a Milano, nel Durini Design District.



UN ALTRO SUCCESSO PER LA QUINTA EDIZIONE DI ROMA BAR SHOW

La quinta edizione di Roma Bar Show è stata un altro successo. L'appuntamento dell'anno per il settore della miscelazione e dei cocktail bar, che si rivolge a tutto il mondo dell'hospitality e dei consumatori consapevoli, anche quest'anno ha accolto migliaia tra addetti ai lavori e appassionati.

Le premesse per una buona riuscita della ma-

nifestazione c'erano tutte, a cominciare dall'alleanza con il **Gruppo Fiere di Parma**, che è entrato nel capitale sociale e insieme al gruppo romano ha iniziato a lavorare per posizionare RBS come punto di riferimento europeo della bar industry. Al Palazzo dei Congressi di Roma, sede dell'evento, si sono registrati oltre 17mila ingressi e 180 aziende partecipanti, più di 200 giornalisti, provenienti da tutto il mondo e 50

buyer internazionali. “Quando abbiamo lanciato il primo Roma Bar Show”, ha detto Andrea Fofi, co-founder e Ceo di RBS, “volevamo riunire l'intera Industry in un unico progetto, rendendo Roma e l'Italia protagoniste al pari dei già consolidati eventi internazionali di settore, con numerosi eventi e ospiti provenienti da tutto il mondo. Abbiamo raggiunto il nostro primo obiettivo e abbiamo fatto di più: con l'ingresso di Fiere di Parma adesso vogliamo crescere e diventare il punto di riferimento a livello internazionale, non solo per le aziende di settore e per gli addetti ai lavori, ma per l'intero segmento”. Sono diversi i marchi che scelgono RBS per proporre le loro novità di prodotto. Tra queste, ne abbiamo incontrati tre: **Bitter Fusetti, Spirits & Colori** e **Gruppo Montenegro**.

LA NUOVA LIMITED EDITION DI FUSETTI SI ISPIRA AL MESSICO

A parlarci della novità di casa Fusetti è stato lo

stesso **Flavio Angiolillo**, cervello e cuore del marchio nato nel 2020 con la promessa di innovare il mercato del bitter. “Il bitter è sempre stato relegato al ruolo di ingrediente del Negroni Sbagliato: i consumatori spesso non sanno che, invece, è un prodotto della categoria degli amari e, come tale, può essere anche gustato liscio”, esordisce Angiolillo commentando la scelta di proporre delle limited edition di Bitter Fusetti proprio per farlo conoscere come drink da dopo pasto. Così, dopo Fusetti Banana e Fusetti Cacao, quest'anno è stata la volta di **Fusetti Mexico**. Il prodotto parte da un fermentato di cactus, con sentori e un finish unici e particolarissimi, che dà vita a una fusione mai sperimentata prima nel mondo del bitter. “Lasciamo piante e spezie in infusione in un blend composto da distillati di agave e cactus”, spiega Angiolillo. “Ne nasce un idroalcolato complesso e intrigante, nel quale la base riconoscibile di Fusetti è arricchita da un bouquet aromatico inedito”. Fusetti Mexico ridefinisce quindi i confini gustativi dei “classici” messicani: non solo guacamole, tacos o mezcal, ma, da oggi anche cactus. Con i suoi 25% di alcol e una bottiglia da 70cl, Fusetti Mexico è perfetto sia liscio con ghiaccio che in miscelazione. In questo secondo caso, lo si può usare per reinventare i classici della mixology con un tocco esotico. La limited edition comprende solo 9.813 bottiglie, tutte prodotte artigianalmente con infusioni lente di almeno 30 giorni, come da tradizione Fusetti.

QUALITÀ ED ESTETICA IN BOTTIGLIA: FATTORI CHIAVE SECONDO SPIRITS & COLORI

Allo stand di Spirits & Colori abbiamo incontrato il suo Commercial & Marketing Director **Gabriele Rondani**. Quando gli abbiamo chiesto qual è la filosofia di Spirits & Colori, Rondani ha evidenziato la ricerca di etichette serie, di qualità, e attente anche all'estetica della bottiglia. In effetti, nel portafoglio del distributore di Reggio Emilia sono diversi gli esempi di prodotti che parlano anche attraverso la forma in cui sono imbottigliati, da Holywater Gin, a Nixta, a Tequila Rose, a La Cofradia. “La nostra filosofia è comunque improntata ad avere un portafoglio nel quale i brand non si sovrappongano, né a livello di prezzo né a li-





vello di story telling e provenienza". Tra le linee portate da Spirits & Colori alla quinta edizione di RBS spiccano alcune novità, a cominciare da **Abasolo El Whisky De Mexico**, un Whisky innovativo realizzato con mais Cacahuazintle, varietà autoctona ricca di storia e sapore, sottoposto a nixtamalizzazione - una tecnica ancestrale di cottura del mais che migliora sapore e valore nutrizionale. Appartiene alla stessa filiera anche **Nixta Licor de Elote**, un liquore di mais bianco Cacahuazintle. Altra novità interessante inserita recentemente nel portafoglio e in bella mostra a RBS è il **Rhum agricole Père Labat**, prodotto sull'isola di Marie-Galante (Guadalupa), nei territori d'oltremare francesi. Sono invece italianissimi altri brand sui quali Spirits & Colori punta da tempo. Tra questi ricordiamo: Opificio Fred di Federico Cremasco, Magiantosa con la sua Vodka Lavica, i Vermouth Naturale Rosso e Naturale Orange e il Bitter Naturale, nati dalla collaborazione tra Simone Sabaini e Giusto Occhipinti.

UN GIN E UN LIMONCELLO PROTAGONISTI ALLO STAND DI MONTENEGRO

Alessandro Soleschi, Cmo Spirits di Gruppo Montenegro, ci ha accompagnato in un breve viaggio tra le novità proposte a RBS dalla casa di marchi storici come Amaro Montenegro e Brandy Vecchia Romagna. *"In occasione di Roma Bar Show lanciamo Limoncello Benvenuti ed Edgar Sopper Premium Dry Gin"*, ha esordito Soleschi, evidenziando come il Gruppo abbia sempre puntato su prodotti autentici, con una storia.

Limoncello Benvenuti è un liquore premium nato dai migliori limoni siciliani, ancora coltivati a mano da piccoli produttori, ed **Edgar Sopper Premium Dry Gin**, versione super premium di Edgar Sopper Gin, anch'esso proveniente dalla Sicilia, in particolare dalla regione dell'Etna. *"Pensiamo che questi prodotti possano rafforzare la nostra presenza sul mercato italiano e non solo: si tratta di prodotti molto apprezzati in particolare negli Stati Uniti"*, ha aggiunto, ricordando come proprio gli Stati Uniti abbiano fatto da volano per l'uso dell'Amaro Montenegro nella miscelazione e, quindi, nei cocktail bar, un trend che è partito oltre oceano e ha poi contagiato anche il nostro Paese.

(Luca Tesser)



A LUGLIO MISCELAZIONE DI CLASSE SUL LAGO DI COMO

Il Lago di Como torna a essere palcoscenico della miscelazione d'autore dall'1 al 6 luglio, con un calendario fitto di eventi che celebrano le location più belle del Lario. Tema di questa edizione della **Como Lake Cocktail Week** è "Taste!". Tra i nomi coinvolti spiccano le eccellenze dell'ospitalità alberghiera: Villa d'Este (nella foto), Grand Hotel Tremezzo, Passalacqua, Mandarin Oriental, Lago di Como, Il Sereno, Grand Hotel Victoria, Filario Hotel & Residences, Hilton Lago di Como, MUSA, Villa Serbelloni, Vista Palazzo e Sheraton Lake Como. Accanto agli hotel, anche i ristoranti e gli street bar più iconici del Lago prenderanno parte alla manifestazione. Tra questi citiamo Ceccato Garden Bar, Ristorante Da Pietro, con il suo Pop-Up alla Terrazza Olmo, scenografica location pied dans l'eau firmata Vincenzo Dascanio, dove il 2 luglio andrà in scena la **Como Lake Cocktail Competition**.

Come main sponsor è confermato **Campari**, emblema dell'aperitivo italiano per eccellenza, che sarà protagonista di alcuni dei momenti più iconici della manifestazione. Tra gli altri marchi che hanno scelto di affiancare l'evento ci sono **Moët Hennessey Italia** con i suoi distillati super premium (WhistlePig Rye Whiskey, il Rum Eminente, Belvedere Vodka e le referenze di Volcán De Mi Tierra), il **Gruppo Brown-Forman**, **Ginarte** e il **Gruppo Sanpellegrino**. *"L'obiettivo di questa edizione è prendersi un momento per concentrarsi sul bicchiere, sull'equilibrio perfetto dei sapori, celebrando i cinque gusti fondamentali"*, dichiara **Annalisa Testa**, ideatrice dell'evento. *"I bartender sono così invitati a sperimentare l'abbinamento degli aromi, interpretando attraverso i cocktail un percorso degustativo che esalti texture vellutate, effervescenti, croccanti o spumose, giocando con la trasparenza o il colore del liquido"*.



LA TRIESTE COCKTAIL WEEK CHIUDE L'ESTATE 2025

Torna dal 7 al 14 settembre la settimana della mixology triestina che, grazie ad alcuni spin-off, si allunga fino ad ottobre con la proposta di cocktail durante la Negroni Week e la Barcolana, la regata internazionale ospitata dall'elegante città del Friuli Venezia-Giulia. La **Trieste Cocktail Week** è pensata per far crescere la cultura della miscelazione di qualità e prenderà vita nei più suggestivi cocktail bar, bar d'hotel, ristoranti e boutique della città. All'insegna del motto "Taste the Spirit of Trieste!", per tutto il periodo dell'evento ogni bar ospiterà Masterclass e presentazioni di prodotti concordati con lo staff di Trieste Cocktail Week e le aziende sponsor.

Tra queste ultime, si segnalano **Nonino**, **Proposta Spirits** e **Martini**.





Campagna abbonamenti 2026

Il magazine dedicato all'arte della miscelazione



MIXOLOGY MAG
l'arte della miscelazione

www.mixologymag.it
info@mixologymag.it

abbonamenti@fwcommunication.it

 **FW Communication**



Abbonati alla rivista per 1 anno!

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

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



QUALCOSA, EVIDENTEMENTE, È ANDATO STORTO!

GIRANDO PER L'ITALIA È FACILE IMBATTERSI IN DRINK LIST NELLE QUALI I COCKTAIL SONO UNA SEMPLICE ESASPERAZIONE DI TECNICA, SPESSO ANCHE POCO RIUSCITA. QUALCOSA, NELLA MISCELAZIONE, È ANDATO STORTO E FORSE IL MINORE INTERESSE DEL PUBBLICO PER I COCKTAIL BAR NON È DOVUTO SOLO A PORTAFOGLI MENO GONFI E A UNA MINORE PROPENSIONE A USCIRE.

di Roy Batty

Si parla tanto di crisi dei cocktail bar oggi e non si riesce praticamente a credere a una flessione negativa così importante del mercato. Anche perché il bere miscelato non si è mai trovato in grande difficoltà, a parte la parentesi delle chiusure forzate del periodo Covid. Il cocktail ha perso appeal e si ritiene che le cause siano quasi esclusivamente di tipo economico e sociale. Ma siamo sicuri che il minor interesse per il cocktail in genere sia dovuto principalmente a portafogli meno gonfi e al fatto che le persone escono meno da casa? Da quindici anni a questa parte, la miscelazione in questo Paese ha fatto passi da gigante, soprattutto in termini di qualità, di attenzione al prodotto e alle tecniche e di fidelizzazione del cliente. Eppure, girando per l'Italia oggi si scopre un calo enorme della qualità nei cocktail, che sembrano invece privilegiare l'esercizio di stile. È facile, infatti, imbattersi in drink list nelle quali i cocktail sono una semplice esasperazione di tecnica, spesso anche poco riuscita. Ci si trova davanti a drink con ingredienti incomprensibili e in quantità eccessiva, che fanno di qualcosa di indefinito, il più delle volte dolci e stucchevoli, ben lontani dal concetto di qualità e vicinissimi, invece, a seguire tendenze o mode che passano rapidamente. In questo modo, prospera una miscelazione che non ha nulla di speciale, sebbene si fregi di essere gastronomica o di donare al cliente la famosa "esperienza". Ci ritroviamo, quindi, nuovamente, a relegare in un angolo i classici con la loro perfetta semplicità, a banalizzare il twist on classic per favorire esercizi di stile che nobilitano l'imbevibile, composizioni di syrup di qualsiasi genere, preparazioni astruse, che

dovrebbero sapere di qualcosa e in realtà fanno di tutt'altro. E ci ritroviamo anche di fronte all'ipocrisia della semplicità: utilizziamo bicchieri semplici e puliti, rigorosamente nella versione alta o bassa, tutti con il loro cube o stick di ghiaccio cristallino e senza garnish, ma il cocktail è poi un'accozzaglia di sapori, dal salato al dolce, un mix senza nessun senso. Il giovane bartender oggi non conosce il classico, il più delle volte lo ritiene quasi noioso, ma conosce le tecniche moderne, dalla più astrusa alla più inutile, e ci tiene a usarle tutte, in un unico bicchiere. Davvero non ci si rende conto che questi cocktail possono stupire solo, e nemmeno sempre, al primo sorso, per poi diventare stucchevoli e, semplicemente, non buoni? Quale sarebbe il vantaggio di bere un cocktail che sa di sangria, pur non essendo una sangria, o di sorseggiare un cocktail che sa di matriciana? Si è fatto così tanto per rivoluzionare e nobilitare un settore ed eccoci qua a vederlo naufragare su virtuosismi di cui a nessuno importa. Fortunatamente ci sono ancora un centinaio di locali che, invece, fanno un lavoro stupendo e hanno coscienza del classico e del valore della tecnica, che non va utilizzata a caso. Occorre ritornare alla semplicità, alla chiarezza, a una miscelazione buona e gradevole, in grado di stupire un po' meno e di piacere un po' di più. Le mode passano, come le stagioni, e la stagione dello stupore e dell'esperienza forzata si spera sia giunta al termine. Qualcosa è andato evidentemente storto, ma la storia ci insegna che quando le cose non girano più è ora di cambiare strada, di tornare alla qualità, di guardare oltre e comprendere che, evidentemente, il pubblico vuole qualcos'altro.

MIXOLOGY MAG

N°9 – 2025 | www.mixologymag.it

DIRETTORE RESPONSABILE
Virna Bottarelli
v.bottarelli@mixologymag.it

PROJECT MANAGER
Luca Tesser
l.tesser@mixologymag.it

IN REDAZIONE
Giorgia Andrei | Chiara Cossu
Chiara Malla

SEGRETERIA DI REDAZIONE
redazione@mixologymag.it

HANNO COLLABORATO
Niccolò Amadori | Giovanni Campari | Mattia Coppo
Giampiero Francesca | Luna Maller
Carolina Mirò | Pauline Rosa

PROGETTO GRAFICO
Giovanni Magistris

IMPAGINAZIONE
Paolo Carraro

IMMAGINI
Adobe Stock

PROPRIETARIO ED EDITORE
FW COMMUNICATION
divisione di Fritz Walter srl



SEDE LEGALE
Borgo Regale, 7 | 43121 Parma
Tel. +39 0521 1717005

MARKETING E PUBBLICITÀ
info@mixologymag.it
p.rosa@mixologymag.it

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

STAMPA
Pacini Editore srl
Via Gherardesca, 1
56121 Pisa

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

GLI INSERZIONISTI

BITTER FUSETTI www.bitterfusetti.com	PAG. 22
CALISSANO gruppoitalianovini.it	PAG. 37
CARPANO ANTICA FORMULA www.carpano.com	PAG. 38
CHAZALETTES https://chazalettes.com	PAG. 39
COCCHI www.cocchi.it	PAG. 39
FW COMMUNICATION www.fwcommunication.it	PAG. 78
GALVANINA www.galvanina.com	IV COP.
GRUPPORTS www.rts-srl.it	PAG. 52, 56
LA CANELLESE https://lacanellese.it	PAG. 37
ONESTIGROUP www.onestigroup.com	PAG. 1, 2, 9, 36
OPIFICIO FRED www.opificiofred.com	III COP.
STRUCCHI www.strucchi.land	PAG. 4, 35
TAC DRINKS https://tacdrinks.com	PAG. 70, 71
TERRA WILD SPIRITS www.terrawildspirits.com	II COP, PAG. 18
VERMOUTH PARMA	PAG. 34
WHISKY FACILE www.whiskyfacile.com	PAG. 46



IN COPERTINA

Sebbene la miscelazione americana abbia vissuto alti e bassi, soprattutto negli ultimi decenni, il sogno americano non ha mai smesso di esercitare il proprio fascino sui bartender che, da ogni parte del mondo, sono approdati sulla scena statunitense.

Vi accompagniamo in un viaggio all'insegna del bere Made in Usa partendo dalla West Coast, a San Francisco, e a Los Angeles, per muoverci verso est alla scoperta di Las Vegas, Phoenix, New Orleans, Washington D.C. e, infine, New York.

Sharab®

UN NUOVO MODO DI FARE MIXOLOGY

☼ prodotti con frutta fresca,
spezie e ocidi organici

☼ shelf-life: 12 mesi chiusi,
3 mesi aperti

☼ alta resa in miscelazione,
utili per drink analcolici

☼ riduzione del magazzino e
degli sprechi

☼ vegan

☼ gluten free

☼ lactose free

CORDIAL



Distribuita in esclusiva da Terra Wild Spirits





OPIFICIO FRED

BOTANICALS ATTITUDE



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

OPIFICIO FRED | via Gorgazzo 49 - Polcenigo (Pn)

