

STAGIONE 2

OROBORO



COMPAGNIA  CARAIBI



VOGLIAMO DARE UN PROFUMO DI VITA
A OGNI PRODOTTO, A OGNI BOTTIGLIA
CHE PROPONIAMO E VENDIAMO,
CHE SIA PORTATRICE E CARICA
DELLA VOLONTÀ LUMINOSA
DI MIGLIORARE IL MONDO,
RAPPRESENTARE UN COLPO VINCENTE
NELLA BATTAGLIA DELLA BELLEZZA
E DELLA FELICITÀ UMANA.
QUESTO CI PERMETTE DI AVERE
UN'ESISTENZA CHE ABBIAMO UN FINE,
ANZICHÉ SOPRAVVIVERE
UN GIORNO DIETRO L'ALTRO.

TIGRE | DARIO BARACCO
FOUNDER COMPAGNIA DEI CARAIBI

OROBORO

NELL'ACCEZIONE PALINDROMA, E PIÙ DINAMICA,
L'OROBORO È UN SERPENTE CHE SI MORDE LA CODA
A DISEGNARE UN CIRCOLO PERFETTO.
UN SIMBOLO CHE CI PORTA ALLA CONTINUITÀ, ALL'UNITÀ,
ALL'ETERNO RITORNO, ALLA TRASFORMAZIONE,
ALLA COMPLETEZZA, ALLA CICLICITÀ.

CI IDENTIFICA NEL NEOUMANESIMO CHE,
CON LO SVILUPPO CONCENTRICO DI QUESTO PROGETTO,
DALLA COMPAGNIA SI PROPAGA CIRCOLARMENTE
A INCLUDERE CONTAMINAZIONI AUTORALI, INTERCETTANDO
PRODOTTI, STORIE, MONDI, CULTURE, ESPRESSIONI ARTISTICHE.



Illustrazione di copertina realizzata da Assiolo G. Scolaro con l'ausilio dell'intelligenza generativa.

Siamo cresciuti cresciuti cresciuti vivendo una lunga e grande primavera e come in ogni ciclo naturale esistono le stagioni: non ce n'è una migliore dell'altra, ma è una precisa funzione per il costante rinnovamento di ogni creatura vivente. Sa ognuno di noi quanto sia importante prepararsi ai cambiamenti individualmente e collettivamente. E così è giusto che si faccia, così come nell'autunno più inoltrato si perdono le foglie che hanno fatto il loro corso e si tagliano i rami secchi ridisegnando le nude forme, è proprio l'inverno la stagione dove si prepara il terreno per una nuova primavera.

In questo numero troviamo e raccontiamo proprio la stagione che stiamo vivendo in senso ampio, dando spunti sui grandi cambiamenti che contraddistinguono il nostro mercato, offrendo la nostra visione delle tendenze e portando forte attenzione a come e dove i nostri prodotti ci fanno fare, a ciascuno nel proprio ruolo, la differenza.

Questa stagione è contraddistinta da più fattori ai quali vogliamo dare a modo nostro una risposta concreta, e se l'industria si sta riorganizzando cercando di riportare a sé i volumi, massimizzando e standardizzando il mercato – perché solo così può gestirlo (da soli) – noi ci imponiamo una scelta di campo, rinnovando la nostra identità come cercatori di futuro e costruttori di nuovi fenomeni.

Attraverso tre macro-punti di vista raccontiamo i nostri prodotti con un ordine che privilegia la Forma e il Momento di consumo, portandovi un ulteriore punto di vista che riteniamo utile nel confronto con un mercato che cambia e vede la necessità di confrontarsi con il tema dei costi, dell'incertezza alla spesa e di un consumatore che sta cambiando.

Torniamo a noi, siamo Mercanti di Merci e di Idee, vogliamo portare sulle tavole e sui banchi della convivialità lo spirito dal mondo, quel mondo, che cerca e ricerca, si fa sentire e ci contamina attraverso le proprie diversità e le proprie peculiarità, inebriando la vita al punto giusto per dare Vita alla Vita.

Ciò che ci ha sempre contraddistinto è l'elemento propositivo ed inclusivo che è stato il substrato su cui abbiamo concesso ad ognuno di far germinare un pezzo del proprio sogno, del proprio percorso. È così che su una terra vergine abbiamo creato la nostra biodiversità, riproducendo il grande ciclo della vita con le sue nascite, i suoi successi e le sue controversie. Non possiamo essere gli stessi di 10 anni fa, e neppure di ieri, il mondo è diverso e i fattori cambiano. Noi e ciò che ci circonda, sta a Noi cogliere il cambiamento!

Noi ci siamo.

editoriale



OROBORO

DIREZIONE CREATIVA
Gambero L. Lo Turco
Assiolo G. Scolaro

DIRETTORE RESPONSABILE
PRODOTTO
Domenico Dragone

ACCOUNT DIRECTOR
Vittoria Volpi Spagnolini

EDITORIAL COORDINATOR
Gabriele Diverio

ART DIRECTION
Gambero L. Lo Turco
Michela Farinello
Fiorella Forneris, Nicole Micalef
Benedetta Tesoro

GENERATIVE AI
Assiolo G. Scolaro

TIPOGRAFIA
Micrograf Srl - Mappano (TO)

COMPAGNIA DEI CARAIBI Certified Corporation

COMPAGNIA DEI CARAIBI S.P.A.
SOCIETÀ BENEFIT
www.compagniadecaraibi.com

P.IVA 09971520011
SDI A4707H7

SEDE LEGALE
Via Ribes, 3
10010 Colletterto Giacosa (TO)

SEDI OPERATIVE
Via Ribes, 3
10010 Colletterto Giacosa (TO)

Via Vittorio Alfieri, 11
10121 Torino

e-mail
info@compagniadecaraibi.com

CUSTOMER SERVICE

Il customer service è a tua disposizione:

• Chiamaci al **(+39) 0125 791104**
e segui le istruzioni della voce guida.

• Chatta con noi in tempo reale su
www.compagniadecaraibi.com
toccando l'icona in basso a destra sul sito.

• Scrivi all'indirizzo di posta
customerservice@compagniadecaraibi.com

NATURALMENTE
18.
AMARI & AFFINI



MANFREDI E GINASTIC GIN
di Luca Tousijn

08.
LIFESTYLE
di Paolo Vizzari

new trends

38.
ASCOLTARE IL BICCHIERE
di Daniele Cancellara

30.
UN'OPPORTUNITÀ CHIAMATA PREBATCH
di Marco Natali

22.
GIOCHI DI BUON GUSTO
di Domenico Dragone

34.
FOOD FAST
di Diletta Sereni

09.
NEVERENDING CLASSIC
E NEW TRENDS
di Giovanni Angelucci

10.
ISTANTI DI FELICITÀ ASSOLUTA
di Sara Magro

26.
SPIRITS IN CUCINA
di Filippo Sisti

74.
LE TRE FASI DI UN VIAGGIO
di Julian Biondi

28.
MINIMO SFORZO, MASSIMA RESA
di Domenico Dragone

DEI POLI OPPOSTI



MARTIN MILLER'S GIN E SAIGON BAIGUR GIN
di Domenico Dragone

VECCHIO
52.
MAGAZZINO DOGANALE
L'ARTE DELLA TERRA
di Luca Tousijn

neverending classic

LOCH LOMOND
80.
E GLEN SCOTIA
82.
POESIA A CONFRONTO
di Marco Maltagliati

Miscelazione
 Bevuta liscia
 Bottigliera

L'ARTE
84.
DICTADOR RUM
di Denis Bernini

DEMERRARA
86.
EL DORADO RUM
di Jimmy Bertazzoli

TEQUIERO
70.
INTERVISTA A GUÉ
di Cristian Bugiada e Roberto Artusio

IL SOGNO
66.
WIDOW JANE, BLUECOAT E FEW SPIRITS
di Daniele Cancellara

gli autori

• **GIOVANNI ANGELUCCI**
Giornalista enogastronomico, ha girato e mangiato il mondo. Oggi collabora con le guide di ristoranti e vini e lavora per alcuni dei quotidiani e delle riviste più autorevoli del settore.

• **FABIO BACCHI**
Da sempre impegnato nel settore Food & Beverage e dell'hotellerie di lusso, Fabio è fondatore ed editore di BarTales Magazine, uno dei più importanti bar magazine italiani.

• **DENIS BERNINI**
Sales & Export Director di Dictador Rum, unisce arte e distillati di lusso, legando il brand a Lalique e Richard Orlinski. Ama fondere tradizione e tecnologia nel mondo dei Rum.

• **JIMMY BERTAZZOLI**
Da 25 anni dietro il bancone, nel 2016 apre Aguardiente a Marina di Ravenna. Viaggia tra Caraibi e Brasile sviluppando una passione a cui sceglie di dedicare la vita.

• **JULIAN BIONDI**
Penna da quasi una decade, barman da quasi due, produttore di distillati e liquori da mezza. Ama fare "Viaggio di spirito", che poi era anche il nome del suo programma tv.

• **CRISTIAN BUGIADA E ROBERTO ARTUSIO**
Due amici uniti dalla passione per il Messico. Da questa terra nel 2014 inizia un viaggio alla scoperta dell'Agave che li porterà a diventare un riferimento nel settore con il loro Punta Expendio de Agave a Roma.

• **DANIELE CANCELLARA**
Classe 1984, s'innamora del whisky a 18 anni. Bar Manager di Rasputin a Firenze e autore e conduttore della web serie Whisky for Breakfast.

• **ANDREA D'ALOIA**
Andrea D'Aloia è nato a Pescara nel 1979. Da più di un decennio racconta l'enogastronomia e la miscelazione sulle principali riviste nazionali di settore.

• **DOMENICO DRAGONE**
Prendete uno shaker e buttatevi dentro Calabria e Trieste, una dose abbondante di bancone da bar, un pizzico di ricette di liquori e distillati, mescolate e agitate vigorosamente. Filtrate, servite con ghiaccio e verrà fuori Domenico Dragone.

• **SARA MAGRO**
Giornalista di viaggi, è direttore responsabile di TheTravelNews.it di ThelTalyInsider.it. Collabora con Condé Nast Traveller, e con Il Sole 24 Ore per Viaggi24.

• **MARCO MALTAGLIATI**
Si definisce Whisky Hunter e vive per scoprire linee aromatiche inedite.

• **MARCO NATALI**
Da piccolo Marco sognava di diventare uno scienziato, o in maniera più fantastica, un'alchimista. Il mondo della miscelazione è riuscito a unire questi due sogni.

• **DILETTA SERENI**
Dirige L'Integrale, rivista-libro che racconta il mondo e le persone attraverso la cultura e le storie di cibo. Cura una rubrica sul settimanale Elle e scrive su varie testate.

• **FILIPPO SISTI**
Classe 1983, dopo una lunga serie di esperienze internazionali, è divenuto pioniere della cucina liquida.

• **LUCA TOUSIJN**
Marketing addicted fin da quando alle elementari faceva la classifica dei migliori zaini disponibili, è ossessionato dagli spiriti (pur non avendo mai visto un fantasma). Dategli una bottigliera e vi dirà chi siete.

• **PAOLO VIZZARI**
Nasce nel 1990 e fin da bambino lavora con il padre Enzo per la Guida "I Ristoranti d'Italia dell'Espresso". Nel 2017 smette i panni del critico per dedicarsi ad altre forme di narrazione della cucina.

È già tempo di un nuovo Oroboro!

Sono passati pochi mesi dalla presentazione di questo innovativo strumento di vendita che ha l'ambizione di rivoluzionare il tuo rapporto con spiriti, vini e birre. Abbiamo scelto la via del racconto, del reportage, delle interviste e della contaminazione con le arti illustrative, per portarti all'interno dei nostri mondi, puntando ogni volta l'attenzione su alcuni temi e tendenze che abbiamo intercettato durante i nostri viaggi e che siamo certi arriveranno a breve anche all'interno della tua attività.

Il nuovo magazine ti terrà compagnia per la stagione in corso e anche per la successiva, andando a creare una sorta di "collezione autunno-inverno made in CdC" ricca di proposte e di suggerimenti per portare il tuo lavoro ad un altro livello.

E allora non vediamo l'ora di vederti sfogliare Oroboro Stagione 2 che, tra tutti i temi trattati, ha nel viaggio – e nel rientro dal viaggio – e nell'eterna contrapposizione tra "classici e nuovi trend", i suoi cuori pulsanti.

Se stai sfogliando la versione cartacea di Oroboro 2, troverai dei pratici QR Code per completare i tuoi acquisti; se invece stai leggendo da device elettronico, ti basterà cliccare sulle bottiglie per visualizzare le schede prodotto.

Trova ciò che più ti ispira, o che credi sia ideale per il tuo locale; fai la lista della spesa e poi contatta subito il tuo agente di zona, o chiama il nostro customer care.

Entrare in contatto con Compagnia dei Caraibi non è mai stato così facile!



COME LEGGERE OROBORO E RAGGIUNGERE TUTTE LE INFORMAZIONI

1. Ordine dei prodotti: la suddivisione è in macrocategorie, dove il prodotto è rappresentato nella sua forma ideale di consumo.
2. I testi rappresentano aneddoti e consigli per la forma di consumo. I quattro racconti inseriti sono di fantasia e ispirati a singoli brand. Attraverso il QR Code, identificato con la dicitura "Around the Blog", si accede al canale, dove sono presenti approfondimenti culturali e informazioni sui brand, sempre aggiornati.
3. L'immagine rappresentata del brand è il prodotto di riferimento in merito alla stagione corrente.
4. Il codice prodotto presente, rappresenta la referenza in foto.
5. Il QR code che compare alla base dell'immagine della bottiglia, dà accesso ai seguenti contenuti, costantemente aggiornati:
 - Contenuti d'approfondimento del brand
 - Elenco completo delle referenze collegate al brand.
 - Scheda tecnica di prodotto.
 - Immagini di prodotto scaricabili.
6. L'indice è per ordine alfabetico di brand, diviso per categoria merceologica. Segnala la pagina del catalogo dove compare il prodotto. Il QR Code, presente nell'indice, dà accesso all'elenco completo delle referenze trattate, ordinate per categoria merceologica.
7. Con la scritta "New" si evidenzia una referenza o un brand di nuovo inserimento.
8. Il listino clienti e le condizioni commerciali, sono disponibili scaricando My Mida (qr code sottostante), la piattaforma digitale di Compagnia dei Caraibi o richiedendolo al proprio agente di riferimento.



La molta poesia definire la vita un viaggio, ma si dice pure una bella verità. Ed è per questo che **quando raccogliamo dei ricordi tra i frammenti di viaggio, ce li portiamo poi dietro come lezioni per la vita.**

Sempre meno ci spostiamo in cerca di angoli paradisiaci e relax, sempre più chiediamo al mondo di aprirci nuove rotte di pensiero navigandogli intorno un morso alla volta. Se la nostra è un'epoca digitale capace di spargere uno stesso trend ovunque col rischio di appiattire i contenuti in un'amalgama di fluffy pancake, spicy curry e megapixel, allo stesso tempo **la vetrina che i social aprono su luoghi e costumi fino a ieri misteriosi,** rende i visitatori più coraggiosi e propensi a calarsi nelle usanze locali. Il signor Gino da Biella oggi assaggia volentieri lo scorpione candito su stecco, perché ha visto la sua idola Giada Beluga farlo su Tik Tok e sopravvivere abbastanza indenne da dividerlo entusiasta coi suoi belughini in festa. E considerando che un tempo il signor Gino avrebbe cercato delle tagliatelle alla bolognese o uno Chardonnay ghiacciato pure nel fitto della foresta amazzonica, vuol dire che stiamo finalmente cambiando.

E la stessa curiosità ce la portiamo poi a casa, dove nelle mani di osti, cuochi o bartender i sogni esotici di mezza estate sfumano in ricette per l'autunno che creano nostalgia dei bei viaggi andati.

Si mangia (anche) meno grasso e si beve (anche) meno alcolico, perché se la parola d'ordine è "esplorare", pure al bicchiere spesso prima dell'ebbrezza si chiede il profumo di un mondo lontano. I kombucha, i tofu o i miso, che per altri popoli sono preparazioni storiche quasi ancestrali, per noi diventano spunti di un futuro prossimo attento al corpo e ai suoi cicli.

Ed è solo l'inizio, perché **l'attenzione verso il "diverso" non rende fragile la cultura di un popolo, ma la proietta verso nuovi livelli di meraviglia** gettando le basi per quelle che domani chiamerà tradizioni.

lifestyle

DI
PAOLO
VIZZARI

SE LA PAROLA D'ORDINE È
"ESPLORARE", PURE AL BICCHIERE
SPESSO PRIMA DELL'EBBREZZA
SI CHIEDE IL PROFUMO DI UN
MONDO LONTANO.



neverending DI GIOVANNI ANGELUCCI CLASSIC

new^e TRENDS

La miscelazione è come la cucina. **Chi pensa che realizzare un valido Martini Cocktail sia più semplice di uno spaghetti al pomodoro, sbaglia.** A dirlo non sono gli appassionati bevitori di lunga data come chi scrive, ma i bartender di tutto il mondo che nei decenni hanno creato icone immortali lasciando un'eredità di cultura (liquida) che i loro successori hanno dimostrato di poter perpetuare con margini quasi infiniti.

"Un Negroni puoi berlo egregiamente a Firenze e senza dubbio anche a New York, ma il mio Negroni lo puoi bere solo al mio bancone", mi disse una volta "The Maestro" Salvatore Calabrese. Tutto è relativo, nulla è oggettivo in miscelazione (a parte le once), tanto un secolo fa quanto oggi. E non è forse questa la bellezza che dà profondità ad ogni bevuta?

Nel mondo della mixology **i cocktail sono molto più che semplici bevande: sono simboli culturali,** manifestazioni di creatività e testimoni di un'eredità senza tempo. Nel corso degli anni, la fedeltà ai grandi classici non è mai diminuita. I bartender di ogni continente continuano a prepararli, spesso con un tocco personale che può includere una variazione sugli ingredienti o una presentazione creativa nel proprio stile. Questo ritorno al classicismo non è solo un tributo alla tradizione, ma anche una risposta alla crescente richiesta da parte dei consumatori di esperienze autentiche e radicate nella storia.

Un esempio emblematico è il Negroni che ha festeggiato il suo centenario con una popolarità mai vista prima. La semplicità del mix tra gin, vermut rosso e bitter è stata rivisitata in innumerevoli varianti, ma la versione originale rimane una delle preferite, dimo-

strandolo come alcuni sapori possono davvero resistere alla prova del tempo.

Occhio, però: **anche le variazioni conferiscono l'immortalità.** Sir Winston Churchill, per esempio, amava bere il suo Martini Cocktail senza l'aggiunta del vermouth. La bottiglia doveva semplicemente essere presente nella stessa stanza per darle appena

"un'occhiata mentre il gin veniva versato".

Se i classici continuano a regnare, le nuove tendenze nel mondo dei cocktail stanno spingendo i confini dell'innovazione. **Il crescente interesse per gli ingredienti artigianali, le tecniche avanzate e i cocktail sostenibili stanno trasformando il panorama della mixology** in modi

entusiasmanti. L'attenzione alla qualità delle materie prime è ai massimi livelli e massima è la ricerca di prodotti locali, freschi e di primissimo ordine per realizzare bitter fatti in casa, infusi personalizzati e sciroppi artigianali. Questa tendenza non solo esalta i sapori autentici, ma promuove anche la sostenibilità, riducendo l'impatto ambientale attraverso l'uso di ingredienti a chilometro zero, per non dire a centimetro zero. Da non sottovalutare, poi, la diffusione dei "mocktail" o "zero proof cocktails", cocktail low/no-alcohol, legati ad una sempre maggiore attenzione alla salute e al benessere fisico.

Tra le tendenze più originali, non si può poi non parlare di quei barman che inseriscono in cartà ricette che prendono spunto da **tecniche all'avanguardia come l'uso di azoto liquido, rotavapor, sferificazioni e affumicature a freddo.** Queste pratiche, spesso derivate dalla cucina molecolare, permettono di creare texture e sapori sorprendenti, trasformando l'esperienza del cocktail in un vero e proprio spettacolo sensoriale. **Il risultato sono drink che non solo soddisfano il gusto, ma affasciano anche l'occhio e l'immaginazione,** come quelli di Giacomo Giannotti del Paradiso di Barcellona. E non è ormai più necessario volare negli USA per poter ordinare uno Smoked Old Fashioned affumicato con legni aromatici, o i numerosi craft Martini realizzati con gin artigianali e botaniche singolari, come l'ormai famoso pre-batched di Nino Rossi nel suo calabrese Aspro bar a base di aghi di pino laricio dell'Aspromonte. Lui, chef, è tra coloro che credono nell'accoppiamento della cucina con la miscelazione, aspetto sicuramente di rilievo nel presente e futuro dei cocktail.



ISTANTI di *felicità* ASSOLUTA

DI
SARA
MAGRO

NON AVEVO LA MINIMA
IDEA CHE QUELLO
SAREBBE STATO SOLO
L'INIZIO DI UNA VITA
DEDICATA A VIAGGIARE.

Viaggio da sola da quando avevo due anni. No, non scherzo. Era il 1969 e mia madre mi ha affidato a una hostess per mandarmi dalla nonna in Sicilia. Non ricordo nulla di quel momento, ma dentro di me, grazie ai racconti dettagliati della famiglia, è diventato un mantra che si sarebbe ripetuto tante, tantissime, in certi casi troppe volte. **Viaggiare e farlo da sola è diventato il mio stile di vita.** A otto anni sono andata in treno a Napoli, a casa delle mie amichette Amalia e Luciana. A 12 anni, prima volta all'estero, a Ginevra, per imparare il francese. Il primo volo intercontinentale l'ho affrontato a 15 anni, destinazione Seattle. Non so se parlare di incoscienza (dei miei genitori), di inconsapevolezza totale (la mia) o di una grandissima fortuna. A posteriori, propendo per la terza ipotesi. Non avevo la minima idea che quello sarebbe stato solo l'inizio di una vita dedicata a viaggiare.



RUM07693-A

NEW



RUM07045



RUM04922

PLANTERAY COLADA

- 60 ml Planteray Cut & Dry
- 15 ml Magnifica Cachaça Tradicional
- 105 ml succo d'ananas
- 25 ml Coconut cream
- 25 ml succo di Lime

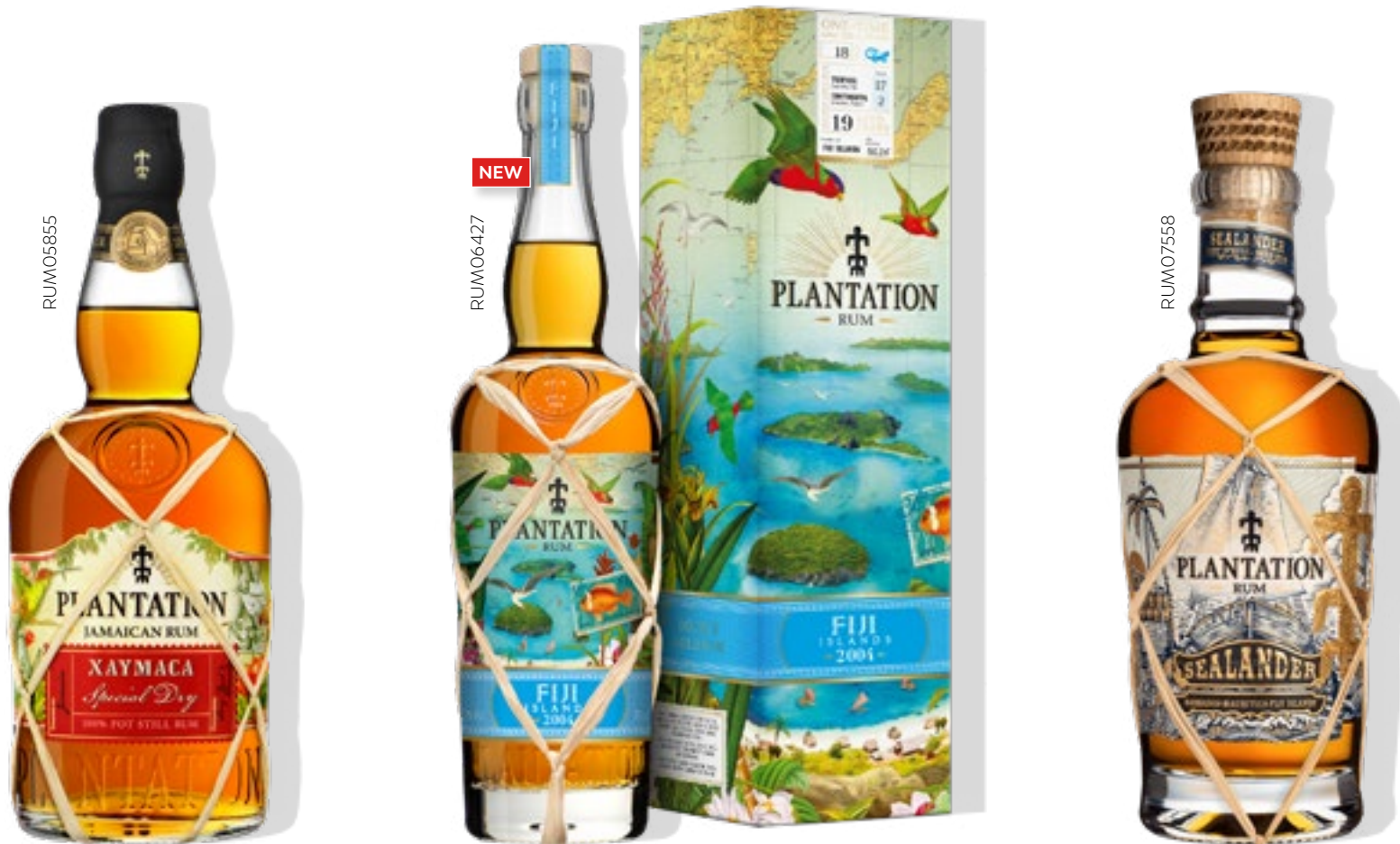


RUM07645

STIGGINS DAIQUIRI

- 45 ml Planteray 3 Stars
- 15 ml Planteray Stiggins' Pineapple
- 20 ml succo Limone
- 1 spoon di zucchero in polvere





Per concludere la parte prope-
deutica del mio karma, devo
menzionare l'ultima avventura
adolescenziale: un anno nel New
Hampshire, uno dei posti più
freddi del Paese. A me, picco-
la donna mediterranea sempre
scossa dai brividi... Era il 1984,
e garantisco che partire per un
Exchange Program allora non è
come oggi. Niente mail, niente
whatsapp, niente videochiamate.
Niente. Era come salire su un
razzo e atterrare su un altro pia-
neta. Abitavo con una famiglia
di donne, la mamma e tre figlie.
La sera tornava dal lavoro, si

faceva un drink e cucinava. Per
le grandi occasioni preparava il
prosciutto cotto affumicato con
le pannocchie al burro. **Il ricordo
di quel profumo e di quei piatti
mi riporta subito a quell'atmo-
sfera di festa tranquilla.** Perché
il cibo ha questo potere di farti
viaggiare nel tuo passato e nella
tua storia.

Come dimenticare la prima
shortcake alle fragole durante
uno dei rari spiragli di sole a Se-
attle? E quel Meat Sub, un pa-
nino imbottito fino a esplodere
di straccetti di carne, champi-

gnon e una salsina succulenta. E
le aragoste del New Hampshire
grondanti di burro... Tutto sem-
plicemente delizioso.
Date le premesse, ho capito
che i miei viaggi sarebbero
continuati. E così è stato, Ger-
mania, Burkina Faso, Brasile.
Sempre per motivi di studio o
ricerca. Mai avrei però immagi-
nato di diventare giornalista
di viaggio. È successo per caso,
ma sembrava naturale.
Una cosa: io ero astemia. Ogni
volta che mi offrivano
qualcosa di alcolico, declina-

vo, suscitando immancabilmen-
te una certa delusione. Un po'
come sottrarsi a una proposta
di convivialità. Poi qualcosa
è cambiato. Una volta ero a
Miami, un viaggio nel Design
District allora agli albori. L'ulti-
mo giorno io e i miei colleghi ci
siamo trovati vicini a un palco
dove suonavano musica latina
davanti a una folla di cubani
danzerini. L'atmosfera era alle-
gra e invitante. **Un collega mi ha
offerto una piña colada, e non
ho potuto rifiutare... Un mo-
mento indimenticabile.** Ogni
volta che ordino una piña co-

DOPO LA FOLGORAZIONE DEL GIN TONIC, C'È STATA LA RIVELAZIONE DEL PISCO SOUR A LIMA E MOLTI NEGRONI...

lada rivedo Miami, rivedo l'an-
ziana signora che ballava senza
inibizioni, l'allegria rilassata di
una domenica pomeriggio. Un
momento di felicità assoluta.

È successo di nuovo qualche
tempo fa. Viaggiavo nei Paesi
Baschi francesi. Si dormiva a
cinque stelle lusso, si mangiava a
due stelle Michelin, si condivide-
vano Plateau Royal a tre quattro
piani. Una sera da lupi, pioveva a
dirotto e avevamo il cappotto a
metà giugno, siamo andati a San
Sebastián, la capitale dell'alta
gastronomia spagnola. Alla fine
di un giro di pinxos annaffiati da
sola acqua, **arriviamo a un bar
che, a quanto pare, era il regno
indiscusso del gin.** Non bevevo,
ma come dire di no dopo l'in-
troduzione entusiastica a questo
luogo dove hanno bevuto il bic-
chiere della staffa gli chef più
famosi del mondo? **Ho preso un
Gin Tonic. Folgorata, irrimedia-
bilmente! Da quel momento il
Gin&tonic è diventato il drink
del buon umore,** fino a quando
non ho assaggiato l'Americano
del Venice Venice, su una ter-
razza davanti al Ponte di Rialto.
In mezzo c'è stata la rivelazio-
ne del Pisco Sour a Lima, molti
Negroni e innumerevoli Spritz.
Ognuno è un ricordo, soprattut-
to quando coincide con uno di
quegli istanti di felicità assoluta.
Di solito in viaggio.

FRANCE NEGRONI

30 ml Citadelle Original

30 ml Bitter Rouge Red

30 ml Vermouth Carlo Alberto Red



BITO5296



VERO4980



GIN05522

...QUESTO POTERE DI FARTI
VIAGGIARE NEL TUO PASSATO
E NELLA TUA STORIA.

la montagna, ARIA DI QUALITÀ

DI
MARCO
MALTAGLIATI



VOD06554

VODKA



GIN06569

GIN



LIQ05177

LIQUORE



MEZ07383

MEZCAL

PALOMITA

40 ml
Salvia & Limone

15 ml
Yuu Baal Mezcal Espadin

15 ml lime

15 ml
sciroppo d'agave

Aqua Monaco La Toronja



LIQ04245-01

LIQUORE

La montagna non è solo nevi e dirupi, creste torrenti laghi e pascoli, la montagna è un modo di vivere la vita, un passo davanti all'altro.

Silenzio, tempo e misura fanno vivere un mondo che ci riporta alla mente stati d'animo variegati e contrastanti, allineandoci con la bellezza della natura.

Le sensazioni possono anche portarci a rivedere le nostre abitudini nel bere, riusciamo così ad apprezzare gusti e sapori inusuali vivendoli come una coccola per i nostri sensi.

Entrando in una baita accolti da un camino scoppiettante veniamo subito inondati da profumi e sensazioni a cui noi abitanti di città, non siamo più abituati. Dopo aver tolto cappello e guanti e apprezzato il dolce tepore sulla faccia, veniamo subito inondati dalla voglia di un drink caldo in un bicchiere fumante e un po' di panna sopra, in puro stile **Irish coffee**; o magari ci ritroveremo a desiderare un elegante tazza da tè piena di un dolce punch caldo, ormai dimenticato dai più giovani, ma che mi fa viaggiare fino all'infanzia quando lo vedevo bere ai più grandi; oppure, infine, potremmo optare per una **tisana alle erbe di montagna** con una dose più o meno generosa di **Salvia & Limone**.

Con questi magnifici ricordi i sensi si preparano ad accogliere il connubio perfetto fra caffè e distillato qualunque esso sia, whiskey o rum, **ciò che importa è la dolce carezza calda che scende in noi accendendo il sorriso e dando immediatamente vita a un forte momento di convivialità.**

Ma la montagna è anche mondana, pop e glamour, sempre più spesso sulle piste da sci si organizzano aperitivi con Dj set, i colori sgargianti e fluorescenti delle tute da sci fanno da contorno, la voglia di vivere la giornata fino in fondo e fare nuove amicizie scalda il ghiaccio delle piste ed è subito festa!

MEILI VODKA

Avete presente la star di Hollywood Jason Momoa, resa celebre a livello mondiale dal personaggio di Aquaman?

Ha deciso di tuffarsi nel mondo degli spirits con un prodotto che proprio nell'acqua ha il suo elemento di spicco.

Momoa ha infatti da poco lanciato Meili Vodka, spirito prodotto in Montana con un mix di cereali autoctoni e stagionali che attinge da una falda acquifera vecchia di 300 milioni di anni e che produce acqua naturalmente pura, che non necessita di alcun trattamento o filtrazione.

Lo ha fatto insieme all'amico e socio in affari Blaine Halvorson con l'obiettivo di mettere in commercio la miglior vodka possibile.

Meili Vodka è certificata senza glutine e la bottiglia è realizzata con vetro 100% riciclato post-utilizzo (il che fa sì che non esistano due bottiglie uguali in commercio).



VOD07673

NEW

PEATED HIGHBALL

30 ml Gil Peated
10 ml Vermouth Carlo
Alberto White
Match Floral
Tonic Water

CIN05528-01



WHI07600-A



WHI07421-A



ACCOLTI DA UN SALOTTO CALDO IL DISTILLATO PUÒ ESSERE IL PREAMBOLO DI UNA BUONA NOTTE



mo rimanere ipnotizzati dal dolce cadere dei fiocchi di neve.

Il profumo di legna bruciata che esce dai comignoli, l'aria frizzante e pulita, le luci dentro le case sembrano volerci regalare un amorevole riparo. Accolti da un salotto caldo il distillato

può essere il preambolo di una buona notte, un whiskey torbato ed elegante come **Matthew Black Tie** con i suoi sentori fumosi o un'anCnoc Sherry Peated, o perché non regalarsi un pezzetto di cioccolato con un sorso di **Dictador Rum 20** yo che pazientemente ci pre-

senta l'importanza dei suoi 20 anni di invecchiamento. Insomma, credo che ognuno di noi abbia una quota prediletta in montagna, un paesaggio che gli somiglia, un ricordo che lo accompagna e una bevuta che lo fa stare bene, la curiosità di sperimentare nuo-

ve sensazioni è ciò che rende la montagna indimenticabile e se vogliamo ricordare un famoso film degli anni 80, magari prendendo un po' di sole fuori da un rifugio non possiamo non citare la frase "Ma cosa vuoi di più... Whisky, sole e sei in pole position".

OGNUNO DI NOI HA UNA QUOTA PREDILETTA, UN RICORDO CHE LO ACCOMPAGNA E UNA BEVUTA CHE LO FA STARE BENE.

Perché allora non bere un Dry gin come **Caorunn** o **Bosque Alta Montaña**, per restare in tema, con acqua tonica o ancora un **Riserva Carlo Alberto** Red allungato con soda, non per ultimo un bel Gin fizz con **Martin Miller's Gin Winterful**... tutti ingredienti fondamentali per rendere ancora più cool un aperitivo ad alta quota.

La sera la montagna ci presenta il suo aspetto più romantico, passeggiando per le strade si potrà apprezzare un magnifico cielo pieno di stelle, ma se quest'ultime dovessero essere coperte probabilmente potre-

RUM07618-A



RUM07759-A



CIN07125



CIN05746



CIN06243



CIN07474



NATURALMENTE,

Amari & Affini

DI
LUCA
TOUSIJN



In un settore - quello del beverage - che negli ultimi due anni ha visto flessioni nei consumi e contrazioni negli investimenti, un nuovo produttore di liquori, amari e distillati di alto livello è l'ennesima prova che Compagnia dei Caraibi e Vecchio Magazzino Doganale - co-owners della neonata società - più che seguire il mercato vogliono continuare a sorprenderlo.

Amari & Affini nasce nel 2024 con l'intenzione di essere un laboratorio ancor prima che un produttore, un luogo dove la materia prima possa essere protagonista in ogni fase del processo produttivo, in ogni bottiglia che arriva nei bar di tutto il mondo. Il concetto è quello che accompagna le due aziende fin dalla loro genesi: **la produttività è sempre una conseguenza della qualità**, la ricerca deve essere il driver principale di una redditività che diventa risultato di un approccio sostenibile e funzionale al prodotto.

La linea Manfredi, composta dalla tradizione della **liquoristica italiana** - dal bergamotto al limoncello, dalla sambuca all'amaro - è pura espressione della vo-

lontà di sviluppare dei prodotti che abbiano come priorità il rispetto e la valorizzazione della filiera produttiva. **Marchio storico della Calabria**, oggi rivive grazie all'acquisizione che Amari & Affini ha messo a punto per rivalutare un brand che ha ancora tanto da dimostrare nel mondo dei liquori. Botaniche, frutti ed erbe aromatiche arrivano da Vecchio Magazzino Doganale, a ulteriore garanzia della volontà di lasciare un segno credibile e di valore all'interno del settore.

Limoni di Rocca Imperiale e pompelmi della piana di Sibari sono invece la base delle due referenze di **Ginnastic**, due gin - **Challenge** al limone, e **Match**, tripudio di agrumi - che nascono in Calabria ma che puntano a conquistare i banconi internazionali, e a cui si unirà presto un classico **London Dry** in chiave italiana (limone, timo e rosmarino alla base, quest'ultimi raccolti nel giardino del Martorano, vicino a Cosenza), **lanciato in Limited Edition in occasione delle Olimpiadi di Parigi** e stabilmente in range nel prossimo futuro.

Una nuova realtà nel mondo del beverage non può esimersi dal porre al centro le esigenze che oggi, sempre di più, i consumatori mettono al primo posto quando si trovano a dover fronteggiare un'ampia scelta di distillati e liquori. Per questo motivo **Amari & Affini pone particolare attenzione sul grado alcolico** - sempre contenuto - e **sulla quantità di zucchero** presente all'interno dei suoi prodotti, spingendosi a proporre la referenza Anice addirittura senza zucchero, ben rappresentando un nuovo modo di intendere il consumo di alcol: bere meno, bere meglio.



LIQ07783



LIQ07784



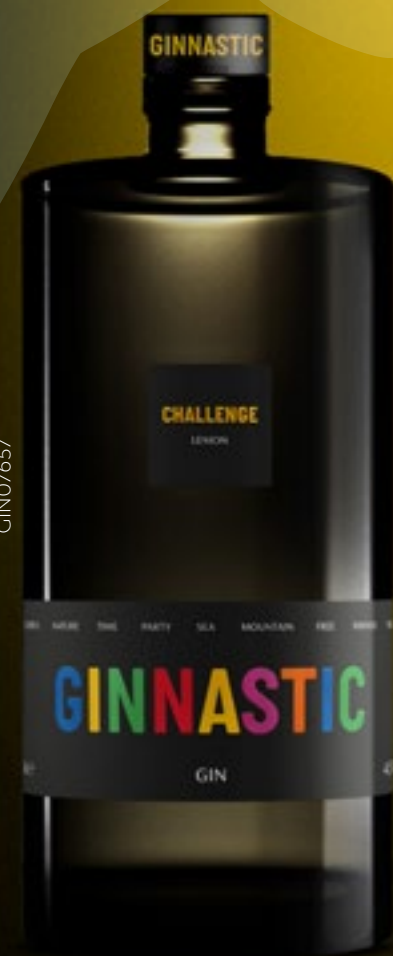
Una sfida complessa che l'azienda si appresta ad affrontare anche grazie allo **sviluppo di nuovi liquidi** che presto diventeranno brand: una serie di liquori da miscelazione che soddisfatti dai bartender più esigenti a chi della mixology apprezza la **semplicità**. Abbinamenti inediti e grandi classici per garantire un range completo per ogni tipo di necessità e utilizzo.

Non solo: al fianco di Ginnastic Gin nascerà presto una serie di sodati che, oltre ad accompagnare magistralmente le tre referenze di questo gin, saranno anche una valida proposta per chi ha voglia di un momento "free-alcol".

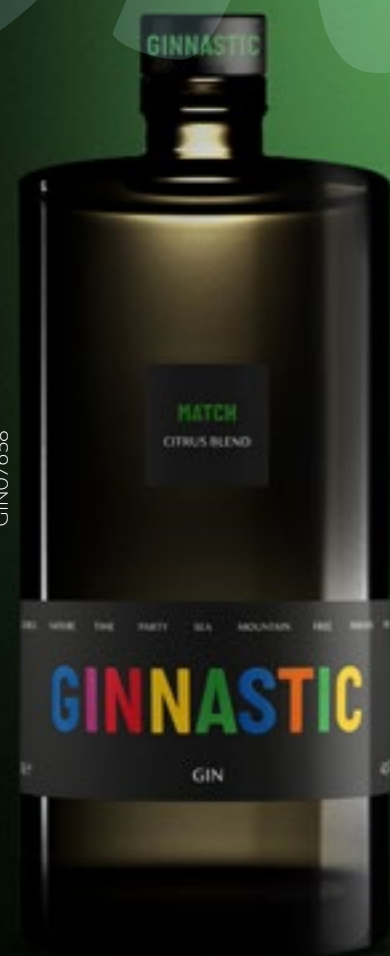
C'È VITA OLTRE IL GIN TONIC

Un vero e proprio ecosistema, dunque, quello di Amari & Affini, che ha come obiettivo quello di dimostrare che la qualità italiana e mediterranea non deve scendere a compromessi in nome di un risultato economico, ma dimostrare che può ancora essere una sorpresa in mezzo al mare sterminato che oggi pervade il comparto produttivo dell'alcol nella penisola. **Trasparenza, attenzione e coerenza**, principi antichi che oggi, più che mai, non devono essere dimenticati ma riportati in cima alle priorità di chi, ogni giorno, ha come fine ultimo quello di trasmettere emozioni che nascono dalla terra, dalla natura.

GINNASTIC



GIN07657



GIN07658

NEW CHALLENGE

- 3 cl Ginnastic Challenge
- 2 cl limoncello Amari & Affini
- 2 cl Roger
- 4 cl Acqua Monaco ginger beer

(tumbler basso, costruire direttamente nel bicchiere e guarnire con scorza di arancio)



ROUND 1

- 5 cl Ginnastic Match
- 2 cl bergamotto Amari & Affini
- 2 cl limone
- 2 cl miele

(shakerare e servire in un tumbler basso con ghiaccio, guarnire con rametto di menta e scorza di lime)

BLACK MAMBA

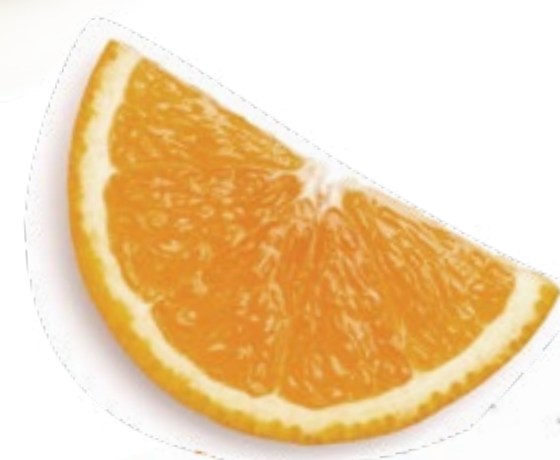
- 2 cl liquirizia Amari & Affini
- 3 cl Planteray Original Dark
- 1 cl limone
- Top chinotto

(preparare direttamente nel tumbler alto e guarnire con fetta di arancio)

MAKE ME SWEAT BUT LET ME DRY

- 5 cl Ginnastic Dry
- 3 cl limone
- 1 cl anice Amari & Affini
- 2 cl zucchero liquido
- 2 foglie di basilico

(shakerare tutti gli ingredienti e servire in una coppetta martini, guarnire con gocce di olio extra vergine)



Giochi

di **BUON**
GUSTO



DI
DOMENICO
DRAGONE

In principio c'era il tris, si proprio il tris, fatto di X e di O. Chi ne metteva in fila 3, si aggiudicava la sfida.

Nella mia testa scatta in automatico il pensiero: le lettere X e O messe così vicine, indicano un certo grado di invecchiamento nei distillati come Rum e Cognac. Incredibile!

I videogiochi sono sin dai loro albori qualcosa che "rapisce" le menti e le "libera" in mondi sterminati e spesso paralleli al nostro, una sorta di viaggio nel cyberspazio, di pochi minuti quando ancora si usavano i gettoni nelle sale arcade, o di più tempo dall'introduzione delle

console da collegare al televisore casalingo.

Io sono figlio degli anni 90 e mio padre aveva l'unica sala giochi del paese. Non c'è bisogno di aggiungere altro, per dare l'idea del forte legame che unisce il mio mondo passato a quello dei liquori e distillati che è diventato il mio presente.

I due universi sono, invero, continuamente in contatto.

Recentemente, con in mano una straordinaria bottiglia di **Dictador Rum** realizzata dall'artista **Richard Orlinki**, ho ripensato a quel gorillone che buttava giù barili dalle scale, nel cabinato lu-

minosso nel quale io inserivo un gettone dietro l'altro.

Barili che poi sono tremendamente simili ai barattoli che **Ole Smokey Moonshine** utilizza per molte delle sue referenze, ma anche qua sono probabilmente io a travisare...

Per non parlare poi di quell'idraulico baffuto al quale cerco di assomigliare da quando mi sono spuntati i primi peli in faccia e che a suon di "Mamma Mia!" è diventato autentica icona pop.

Il **Retrogaming** è un fenomeno in grandissima espansione grazie ad aziende come l'italianissima **Arcade Story**, che compra, restaura, vende e affitta ori-

ginali cabinati da tutto il mondo. Anche i social contribuiscono fortemente al suo successo e con l'esplosione di Twitch, piattaforma di livestreaming dedicata ai gamer, i videogiochi hanno avuto l'ennesimo grande rilancio, perché non si può parlare di rinascita di un qualcosa che non muore mai, anzi continua a rinnovarsi e reinventarsi.

Moltissimi brand resistono al passare del tempo, aumentando sempre più il proprio prestigio. Avrete sicuramente tutti presente la famosa saga di mostri-cattoli collezionabili giapponesi che va avanti oramai da trent'anni. Bene, continuano ad uscire

I VIDEOGIOCHI, SONO
SIN DAI LORO ALBORI
QUALCOSA CHE
"RAPISCE" LE MENTI E
LE "LIBERA" IN MONDI
STERMINATI

SOD07576



SOD05240



VOD05240



LIQ06764



WHI07176



WHI06479



RUM07142



RUM04095



RUM06346



nuovi giochi con un ritmo impressionante e sono il franchise multimediale più remunerativo a livello mondiale, con un volume d'affari che, come ricordato nel febbraio 2021 in un articolo de Il Sole 24 Ore, supera i 100 miliardi di dollari.

Sempre più numerose sono poi le fiere che trattano questo genere di contenuti. Oltre agli appuntamenti virtuali – come gli “Special Day” in cui si promuovono i titoli in prossima uscita – veri e propri eventi mondani sono diventate le fiere fisiche come Lucca Comics and Games e Milano Games Week. Non c'è occasione migliore per ritrovarsi tra appassionati e star di questo settore, ossia Youtuber e Streamer. Compagnia dei Caraibi ha partecipato di recente all'evento milanese con attività legate a **Palmaré Caramelo** e **Stolen X**.

Insomma, questo mercato può essere un vero **Game Changer** – nome, guarda caso, di una nuova referenza **Dictador Rum** – anche per il settore spirits. Bisogna porre l'attenzione su una clientela vastissima e disparata, mai così tanto disomogenea, perché ci sono centinaia, ma che dico, migliaia di videogiocatori diversi, ognuno con i propri gusti in campo videoludico. Alcuni degusterebbero volentieri un **Demon's Share** seduti sulla poltrona di casa con gli occhi puntati sul nuovo Open World Fantasy; altri invece potrebbero godersi un bel Gin Tonic con **Saigon Baigur**, il Gin del Dragone, o con la nuova coloratissima versione di **MG Paradiso**, apprezzandone la freschezza, tra uno streaming e l'altro.

Personalmente adoro spendere del tempo distraendomi con un videogame, vecchio o nuovo che sia. L'importante è riuscire a godersi la dolcezza della vittoria, imparare dalle sconfitte (amare), arginare l'acidità di un bug che ti blocca il gioco... Giochi e sapori, due mondi che entrano in contatto molto più di quel che si possa pensare.

E allora cominciamo... INSERT COIN e PRESS START.

GIOCHI E SAPORI,
DUE MONDI CHE
ENTRANO IN
CONTATTO MOLTO
PIÙ DI QUEL
CHE SI POSSA
PENSARE E ALLORA
COMINCIAMO...
INSERT COIN E
PRESS START.

GIN04583



GIN06492-01



Alcuni dei prodotti del nostro catalogo si prestano perfettamente ad un uso culinario. Per raccontarli al meglio, abbiamo deciso di affidarci all'esperienza di Filippo Sisti, precursore assoluto in questo ambito, che ha raccolto per voi alcuni esempi di preparazioni da lui stesso ideate.

Spirits in cucina

DI
FILIPPO
SISTI



AQUA MONACO GINGER BEER

Il bilanciamento ottimale tra zuccheri e livello di piccantezza data dallo zenzero, lascia spazio al prodotto che viene utilizzato per il cocktail donando allo stesso tempo carattere e struttura.

Es. ► per la preparazione del cordiale zenzero e cocco: ver-

sare 1 litro di **Ginger beer Aqua Monaco** in un recipiente e sgararlo. Versare all'interno del recipiente 150 g di farina di cocco e semi di coriandolo e lasciare in infusione sottovuoto in frigo. Una volta gelificato l'olio di cocco separarlo dal liquido.

Per comporre il cocktail unire 4 cl di Rum **Plantation Stiggins' Fancy Pineapple**, 2 cl di lime, 1 cl di miele, top di cordiale zenzero e cocco. Versare direttamente nel tumbler alto con ghiaccio, decorare con fetta di lime e menta.



SOD07647



THE GIBSON

Presenta un connubio perfetto tra le note acide dell'aceto balsamico e quello delle materie prime. Estremamente interessante nell'utilizzo in miscelazione, può essere un valore aggiunto anche in preparazioni come marmellate, marinature, citronette.

1-es ► per la preparazione della citronette: il succo di 1/2 limone, olio di cocco, **The Gibson Wild Berries**. Con l'aiuto di un frullatore ad immersione frullare insieme il succo di 1/2 limone, 3 cl di The Gibson Wild Berries e, mentre si frulla, aggiungere l'olio di cocco finché non sarà tutto omogeneo.

Per comporre il cocktail unire in uno shaker 5 cl di **Planteray Rum 3 Stars**, 2 foglie di menta, 2 cucchiaini di zucchero bianco, 3 cl lime. Shakerare e servire in coppetta adagiando alcune gocce della nostra citronette a base Gibson wild berries ai bordi del cocktail.

2-es ► per il preparato di zucca e **The Gibson Amarotto**: marinare per 24 ore un pezzo di zucca Butternut con The Gibson Amarotto (ogni 100 grammi di zucca, 50 millilitri di Amarotto). Terminata questa marinatura cuocere la zucca con zucchero bianco e 1/2 limone. Una volta cotta frullare il tutto e filtrare.

Per comporre il cocktail unire in uno shaker 5 cl di **Citadelle Gin Original**, 2 cl di limone, 2 cl di pompelmo, 4 cl di preparato di zucca marinato con The Gibson Amarotto. Shakerare e servire in un tumbler con ghiaccio e un amaretto.

3-es ► per la preparazione delle meringhe: albume, zucchero a velo, **The Gibson Figs and Cherries**; montare a neve e creare delle meringhe tramite cottura al forno (tempo di cottura e temperatura, in base al forno a disposizione).



BIT05055

TINTURA JEFFERSON

Si presenta come un incredibile esaltatore di sapori, tante sfaccettature di aroma e di utilizzo.

Es. ► per la preparazione dell'orzata con la **Tintura Jefferson**: lasciare delle mandorle non tostate in infusione con la Tintura Jefferson (100 grammi di mandorle e 5 cl di tintura) per 48 ore. Passato questo tempo scolare le mandorle e tostarle in forno a 130/160 gradi per 15 minuti avendo cura di muoverle onde evitare che brucino. Una volta pronte, metterle in un frullatore con 200 grammi di zucchero e 1/2 tazza di caffè, frullare e filtrare con una micro bag o colino a maglia fine.

Per comporre il cocktail unire 5 cl di **Ginnastic London Dry Gin**, 2 cl di limone, 2 cl di **Roger Bitter Amaro extra strong**, 2 cl di orzata preparata con la tintura Jefferson. Preparare direttamente nel tumbler basso con ghiaccio e guarnire con rametto di rosmarino.



LIQ07090

Per comporre il cocktail unire in uno shaker 5 cl di **Bitter Rouge Red**, 2 cl di succo di limone, 2 meringhe aromatizzate The Gibson Figs and Cherries. Shakerare e servire in coppetta.



MINIMO

sforzo



MASSIMA

resa

In principio era il punch: una miscela di aspro, dolce, spirits, diluizione, speziature più o meno accennate e un po' di ghiaccio. Un mix di concetti ben riassunti da una vecchia filastrocca originaria delle Barbados che è arrivata ai giorni nostri:

"One of sour, two of sweet, three of strong, four of weak, a dash of bitters and a sprinkle of spice, serve well chilled with plenty of ice."

Ho parlato di concetto e non di drink perché proprio di questo si trattava, un modo di consumare una bevuta, un modo di passare in compagnia del tempo ma in una maniera molto diversa da quella dei nostri giorni.

Intanto perché il punch veniva servito in una grande ciotola posta al centro del bancone; il

barman provvedeva a servire gli avventori man mano che si avvicinavano alla sbarra, dando loro un mestolo di questa miscela. Se si fosse voluto bere miscelato, questa sarebbe stata l'unica alternativa, altrimenti si doveva optare per vino, birra, shot (o, come venivano chiamati, "pony") e qualche soda o bibita analcolica.

Volendo riassumere il tipo di esperienza, potremmo dire che si passava molto tempo al bar e la bevuta non era troppo aggressiva.

Arrivarono poi i cocktail e la parte "sour" venne sostituita dalla parte "bitter". Il cocktail cambiò anche concezione, diventando un tipo di bevuta, singola.



DI
DOMENICO
DRAGONE



IL PUNCH: UNA MISCELA DI ASPRO, DOLCE, SPIRITS, DILUIZIONE, SPEZIATURE PIÙ O MENO ACCENNATE E UN PO' DI GHIACCIO

Gli ingredienti erano per tutti gli stessi: zucchero imbevuto di bitter, una più o meno generosa diluizione di ghiaccio e lo spirito che si preferiva: Whisky, Rum, Vermouth... Il cliente sceglieva la base e il bartender faceva il resto.

Solo alla metà del 900 la parola "cocktail" divenne generica e i punch divennero Fix, Fizz, Colblers, Sour, Daisy... **Da bevuta conviviale e condivisa a bevuta costruita ad hoc, sui gusti degli avventori.**

Si passava quindi un po' meno tempo al bar, in compagnia di meno persone (cambiavano i lavori e il tempo libero a disposizione) e ognuno poteva permettersi di scegliere ciò che più lo soddisfaceva.

Possiamo quindi affermare, dopo questo breve ma intenso viaggio, che i gusti cambiano in virtù dei tempi che corrono?

Che tempi sono quelli che stiamo vivendo? Quelli in cui spesso durante la settimana il tempo non c'è, ci si limita all'aperitivo, un consumo di grandi classici Spritz, Americani, Negroni e il Gin Tonic si è fatto strada anche nella bevuta quotidiana.

Principalmente il consumo avviene nel fine settimana, possibilmente al bar, ma sempre più spesso anche a casa, pertanto l'esigenza è chiara:

- Ad ognuno il proprio drink
- Gradazione moderatamente bassa
- Bicchiere capiente
- Facile replicabilità

I Low Alcol Drink sono la bevu-

ta dei nostri giorni e siamo felici di poterne consigliarne alcuni che hanno nella bassa gradazione (5cl circa) e nella semplicità - solo due ingredienti - i propri punti di forza.

Iniziamo unendo **Bergamotto Fantastico** a **Match Tonic Water Floral** in un bel Collins glass o in un calice, guarnito con scorze di agrumi; stuzzicante è anche **Jefferson Amaro** importante con **Match Tonic Water Spicy**: un connubio che vi stupirà! E se il Gin Tonic è una realtà ben consolidata lo si deve anche al grande ritorno delle toniche agrumate abbinata a **Ginnastic Challenge Lemon** o a **Ginnastic Match Citrus Blend** dove l'accompagnamento perfetto è una soda al pompelmo, la stessa che si abbina perfettamente anche a **Meraviglioso Spirito Amaro**.

Anche le nuovissime toniche a marchio **Aqua Monaco** possono ispirarvi per le vostre creazioni beverine! Provate **Bitter Lemon** e **Ginger Beer** per un'esplosione di sapori.

Se poi siamo in una serata "free alcol", non dobbiamo più rinunciare al piacere di un drink ugualmente soddisfacente. Regalatevi in qualsiasi momento una bevuta leggera abbinando le nostre toniche a **Sabatini Zero**.

Bere a bassa gradazione è proprio la tendenza del momento.

Chissà che nome verrà dato un domani al periodo che sta vivendo la Bar Industry? Ne suggeriamo uno: "Highball Era", perché sono tutti drink facili, leggeri e beverini.



Un'opportunità CHIAMATA prebatch



Nel vostro ristorante servite vino, probabilmente con una carta ricercata e un sommelier. **Ma potreste servire drink allo stesso modo**, con margini di guadagno potenzialmente più alti.

Un calice di vino e un cocktail hanno volumi simili (100-150 ml) e gradazioni alcoliche comparabili (vino 12-15°, drink 11-18°). La differenza principale è l'aroma: alcuni drink possono offrire un maggior bouquet di sapori.

Attenzione però agli zuccheri: mentre vino e birra ne sono privi, i drink possono avere un tenore zuccherino variabile. Qui entra in gioco la selezione dei prodotti che andrete a miscelare.

La soluzione per offrire drink di qualità senza barman esperti è il **prebatch**: preparare in anticipo i drink in grandi quantità, garantendo un controllo preciso del costo e un'esperienza ottima, talvolta persino migliore a quella di un cocktail bar.

Il prebatch vi permette di ampliare l'offerta del vostro ristorante, con un prolungamento del servizio in fase di aperitivo o dopocena, quindi perché privarsene?

Un esempio banale: il vino dolce da accompagnare ad un dessert. Un passito generalmente ha una gradazione di 17 gradi e un tenore zuccherino sostenuto.

GIN SANTO

500 ml Vino Bianco

200 ml Gin 400 Conigli Basil

50 ml Salvia & Limone

50 ml Honeywater o Sciroppo Agave

100 ml acqua aromatizzata o acidificata

DI
MARCO
NATALI



Questo prebatch avrà una gradazione di circa 18 gradi. È preferibile conservarlo in frigorifero, esattamente come un vino liquoroso pronto da servire freddo.

Se avete clientela internazionale e in carta avete un drink stile Margarita, attenzione! Potreste doverne preparare diversi litri a settimana. **Il consiglio con i prebatch è quello di personalizzare o "twistare" i classici**, così da non cadere in questioni di paragone.

Vi propongo il mio Peperita come alternativa allora, completamente "prebatchabile".

PEPERITA

250 ml alcoolato di peperone a 30 vol. (*)

300 ml Tequila Vecindad

100 ml Mezcal Yuu Baal Joven

200 ml Sciroppo Trepipi (**)

250 ml soluzione citrica (***)

(*) = 48h macerazione di 2 peperoni tagliati a listarelle in alcool a 60 vol. Una volta filtrato abbassare a 30 vol. con acqua minerale.



RUM07078



BIT07414



BIT07526



RUM05604



RUM05605



RUM07039



(**) = sobollire 30 gr di pepi mi-sti (bianco, nero e Timut) per 10 minuti. Filtrare con filtrocarta e sciogliere zucchero in rapporto 6:10 per avere uno sciroppo in saturazione.

(***) = 60 gr acido citrico disciolto in un litro di acqua minerale.

Le listarelle di peperone possono essere recuperate per fare del peperone candito da conservare in barattolo e usare come garnish in questo Margarita stile Tommy's, servito on the rock.

E che dire dei Whiskey? Ho sempre trovato riduttivo che nei grandi ristoranti ci fossero etichette introvabili nei bar, servite esclusivamente lisce. Nella maggior parte dei bar si usa lo stesso scotch o bourbon per tutti i drink miscelati, mentre voi potreste servire al vostro cliente il miglior Old Fashioned della sua vita.

Tre consigli fondamentali:

- tenete dei cubi di ghiaccio appositamente per questo genere di drink (potete comprarli o farli da voi)
- niente ciliegie fosforescenti. La garnish vi farà fare la differenza rispetto al comune cocktail bar.
- diluizione e freddo sono fondamentali. Non tralasciate mai questo aspetto, specialmente in drink in coppetta o stile Negroni. Fate la differenza con i dettagli così come fate per ogni aspetto del vostro ristorante.

OLD JEFFERSON

650 ml Whisky Spearhead Single Grain

50 ml sciroppo di zucchero (6:10)

50 ml Jefferson Amaro Importante

250 ml acqua minerale

Giocare con il nome, richiamare l'attenzione su qualcosa di conosciuto e apprezzato come l'amaro **Jefferson** di **Vecchio Magazzino Doganale** e portare la curiosità del cliente a provare un classico nella sua espressione migliore.

Il prebatch non è un'alternativa, ma un'opportunità. Coglietela!



CACO7292

CACHAÇA



PISO6224

PISCO



GIN07017

GIN



VOD05120

VODKA



WHI04360

WHISKY



WHI07457

WHISKY



IL PREBATCH VI PERMETTE DI AMPLIARE L'OFFERTA DEL VOSTRO RISTORANTE, CON UN PROLUNGAMENTO DEL SERVIZIO IN FASE DI APERITIVO O DOPOCENA.



TEQ07370

TEQUILA



MEZ05407

MEZCAL



BIT05296

BITTER



VER04980

VERMOUTH

FOOD fast



LIQ06742-01



SAK06741



INTERVISTA DI
DILETTA SERENI A
ENRICOMARIA
PORTA E
PIETRO VERGANO



Nel mio ultimo viaggio a Parigi sono andata a mangiare in un ristorante laotiano, rustico e caotico, con piatti da condividere in mezzo al tavolo. Mi ha colpito trovare una carta dei vini molto ampia e ricercata, erano quasi tutti vini del mondo cosiddetto naturale, prezzi alti, bottiglie pregiate. Mi sono chiesta se sarebbe stato possibile una decina di anni fa: trovare una tale ricerca sul vino per accompagnare cibo semplice ed economico.

Avete in mente altri casi paragonabili?

Enricomaria Porta - Di certo negli ultimi anni c'è stato un aumento di attenzione per la carta dei vini da parte delle pizzerie. Prima in pizzeria si beveva solo birra, o bibite analcoliche, senza neanche pensarci, per abitudine. Oggi alcune pizzerie associano anche il vino alla pizza, e lo comunicano con la stessa evidenza di birre e bibite. Berberè è stata forse la prima pizzeria in cui ho notato questo cambiamento, a Milano. Un caso più recente, sempre a Milano, è Denis, entri e diventa subito chiaro che lì puoi bere del buon vino: c'è la fila di bottiglie dietro al bancone, trovi sul tavolo la carta degli champagne... Poi non conosco i numeri, non so poi quanta gente beva effettivamente il vino con la pizza.

Pietro Vergano - Però non è una cosa nuova nel mondo della pizza: è quello che faceva I Tigli di San Bonifacio già trent'anni fa, accompagnare la pizza a una grandissima carta dei vini. Sono casi di pizzerie che si pensano più come ristoranti, ma al di là di questi non mi pare che il fenomeno abbia mai davvero preso il largo. Solo di recente se ne iniziano a vedere di più, ma sono tutte nuove pizzerie



VIN0381-22



VIN0470-22



VIN0438-22

MI HA COLPITO TROVARE UNA CARTA DEI VINI MOLTO AMPIA E RICERCATA, ERANO QUASI TUTTI VINI DEL MONDO COSIDDETTO NATURALE.

ENRICOMARIA PORTA
Osteria alla Concorrenza | Milano

PIETRO VERGANO
Ristorante Consorzio | Torino



VIN0484-23



VIN0424-22



VIN0488-23

che fanno un lavoro anche sulla materia prima del cibo. E sono anche pizzerie dove può salire il costo di quello che bevi. La birra costa tre euro, ma un vino buono a tre euro esiste? Buono per chi beve e con un guadagno per chi lo vende?

E fuori dalle pizzerie?

Pietro Vergano – L'anno scorso sono stato ad Amsterdam in un posto che faceva solo tacos: tacos fatti bene, era in un garage e aveva tutti i vini che avrei voluto bere dopo aver fatto una mara-

tona di 42 chilometri. Per me era il paradiso.
Enricomaria Porta – Sì, c'è una nuova ristorazione così, non basata sulle portate, sui menù degustazione, ma sulle varianti di un solo tipo di piatto, cibi semplici come tacos, hamburger, bao, e in questi posti capita di trovare un'attenzione per il vino. Ma secondo me **la ragione di questo abbinamento per così dire "nuovo"** non dipende dai cibi in sé, ma **dal fatto che chi apre questi posti aveva già da prima una passione per il vino** e se la porta anche lì.

IL CONCETTO SAREBBE SEDERSI, GUARDARE IL DJ CHE METTE I DISCHI, SORSEGGIARE UN DRINK STRAORDINARIO, MAGARI MANGIARE QUALCOSA, MENTRE ASCOLTI MUSICA STRAORDINARIA CHE ESCE DA UN IMPIANTO DI ALTA FEDELITÀ. UNA SPECIE DI ORGIA DEI SENSI.



BIRO989B33

BIRO981B37



CINO4051

Vi sembra che anche i cocktail stiano filtrando in questo filone di ristorazione più informale?

Pietro Vergano – A me è capitato di trovare cocktail in posti molto di moda, a New York o a Londra, posti che farei rientrare nella categoria dei bar con cucina, dove però il cibo mi sembrava avesse più che altro la funzione di tamponare l'alcol, detto proprio brutalmente. Se c'era un pairing riguardava più i drink analcolici. Poi però è vero che ad esempio nel mio ristorante osservo **un forte aumento delle persone che chiedono un cocktail leggero prima di mangiare**, e quindi mi sto attrezzando per rispondere a questa richiesta.

Enricomaria Porta – lo ho fatto un giro a Parigi in quelli che vengono definiti listening bar, che ora sono molto di moda e hanno la coda fuori, posti come Bambino, Fréquences, Stéreo. Il concetto sarebbe sedersi, guardare

il dj che mette i dischi, sorseggiare un drink straordinario, magari mangiare qualcosa, mentre ascolti musica straordinaria che esce da un impianto di alta fedeltà. Una specie di orgia dei sensi. Ma la realtà è diversa, ci ho trovato per ora solo una tendenza e anche acerba, molto concentrata sullo stile. Hanno carte con vini naturali buoni, champagne buoni, ora anche cocktail, perché sono carte che devono incontrare i gusti di tanta gente e allo stesso tempo essere cool.

Diciamo che forse, più in generale, e soprattutto dopo il Covid, la gente ha meno voglia di stare al ristorante a farsi spiegare le portate. **Va a mangiare o bere fuori per stare insieme ai propri amici e conversare**, magari si fida dell'oste o del ristoratore, ma non vuole tante spiegazioni o cerimonie su quello che mangia e che beve. Da questo punto di partenza, credo, le cose siano cambiate o stiano cambiando.



TEO04566-01

TEO04944

MEZ07369

MEZ07951

GIN06022

GIN07596



Quando pensiamo alla musica giapponese, la nostra mente arriva subito al J-Pop e all'Enka, un genere musicale che unisce la musica tradizionale giapponese, con lo stile moderno ed occidentale, con testi legati all'amore o al dramma, diffusissimo in epoca Showa (1926-1989), in pratica l'equivalente del nostro classico stile sanremese, o al massimo a qualche gruppo rock-metal alternative.

Questo pensiero ci accompagna da sempre, ed è proprio

prima si era chiuso in se stesso, potesse avere questa grande passione per il Jazz?

La risposta è semplice, ma non facile per i meno attenti... Il "Jazz Kissa", uno stile di bar che esisteva già dalla fine degli anni 20, ma che ha avuto la sua grande rinascita a metà degli anni '50 del '900.

I Jazz Kissa erano bar in cui si andava ad ascoltare la musica Jazz. Non si andava per socializzare, o per bere qualcosa di particolare, ma per ascoltare il Jazz,

ASCOLTARE IL bicchiere

per questo motivo che quando Art Bakley atterrò all'aeroporto di Haneda nel 1961, rimase esterrefatto della calorosa accoglienza, tra centinaia di fan che porgevano fiori e regali, e gli altoparlanti che trasmettevano la sua musica.

E accoglienze simili e serate sold-out accolsero tra gli altri, giganti del calibro di Miles Davis, Ray Brown e Duke Ellington.

in solitudine, in impianti audio all'avanguardia.

Il proprietario, che spesso era anche il barman e l'unico membro dello staff, più che conoscere il mondo della miscelazione, degli alcolici o della caffetteria, era un grande esperto di musica, che sapeva selezionare al meglio la colonna sonora per le tranquille serate nel proprio bar.

Si conta che alla fine degli anni 60, nella sola Tokyo ci fossero circa 200 Jazz Kissa.

Negli anni 70 però, a causa del boom economico che permise a molte più persone di avere un impianto stereo in casa, questo stile di bar andò lentamente a diminuire di numero, pur non scomparendo mai del tutto.

Ancora oggi nella capitale nipponica possiamo andare ad ascoltare Jazz da vinile in qualcuno di questi bar sopravvissuti dagli anni 50.

Possiamo quindi dire che, anche se il Giappone non ha mai avuto Jazzisti particolarmente famosi (anche se nomi del calibro Sadao Watanabe o Yūji Horii lo meriterebbero), il Paese del Sol Levante



WHI07681



WHI07173



WHI07454-A



DI DANIELE CANCELLARA



WHI07588



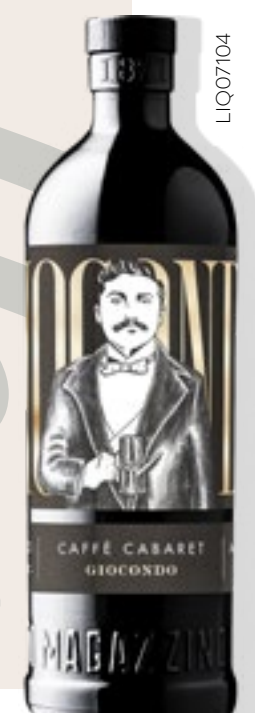
WHI07033-T



LIQ07560



LIQ07104



ha dato un grande contributo al mondo del Jazz, utilizzandolo anche come bandiera per i movimenti culturali degli anni 60.

Ma il tempo passa, il mondo cambia, e si evolvono anche i generi musicali. Se alla metà del secolo scorso i generi "nuovi" erano il Jazz ed il Blues, oggi siamo inondati da tutte le derivazioni del rock e da una moltitudine di stili di musica elettronica.

E infatti si abbandona il nome **Jazz Kissa**, per passare al più generico **Listening Bar**.

Il concept è sempre lo stesso, locali tranquilli, dove bisogna parlare piano e non infastidire nessuno, ma naturalmente il design del

listening bar, cerca di richiamare il genere musicale che trasmettono. Troveremo quindi locali rock ispirati alla Los Angeles degli anni 80, o locali pieni di neon che trasmetteranno Techno, ma in comune avranno **tutti ospiti silenziosi ad ascoltare la loro musica preferita in ammirazione.**

E in un mondo come quello di oggi, dove i **grandi artisti della musica lanciano anche i loro marchi di alcolici**, potrebbe essere meraviglioso per esempio bere un bourbon ed ascoltare una canzone dello stesso autore, come possiamo fare con **Heaven's Door**, ideato da **Bob Dylan**, o l'edizione speciale di **Few Whiskey** degli **Smashing Pumpkins**.

Ma possiamo anche richiamare gli anni 60, bevendo un Martini con **Sakari Gin** ascoltando Sadao Watanabe, per un'immersione nel passato.

Così come bere cocktail a base di caffè, usando per esempio **Elephant Gin Coffee Liqueur**, per richiamare sempre gli anni 50, dove il caffè si beveva nei grandi bar in Giappone.

Quindi, non cercate grande miscelazione nei listening bar, cercate grandi classici con ottimi prodotti, per un'esperienza immersiva nel vostro genere preferito.



MEZ07687



japan

GIN07109



GIN07141



GIN07108



GEN06679



L'ATTRAZIONE dei poli opposti

DI
DOMENICO
DRAGONE



Islanda, terra remota, isola al nord del nostro emisfero, terra selvaggia, ghiacciai immensi, paesaggi da fine del mondo, acqua purissima, freddo pungente.

Il Vietnam, nazione del sud est asiatico, terra esotica, clima tropicale, spiagge da sogno, natura rigogliosa, paese magico.

Cosa hanno in comune questi due estremi del mondo? Senza indugiare troppo e senza false sorprese, assolutamente nulla! Ma allora perché partire da questa breve narrazione per luoghi comuni di questi due angoli del globo?

Semplicemente parliamo di Gin e pochi distillati possono competere per spirito di incarnazione in base al paese dove viene prodotto. Saigon Baigur Gin nasce da un gruppo di amici amanti delle due ruote e proprio un memorabile viaggio di oltre 2000 km li ha ispirati a provare a racchiudere in una bottiglia tutte le meraviglie che avevano visto e provato. Per questo oltre ai più classici ginepro, angelica, scorze di lime troviamo anche cardamomo nero di Lai Chàò, semi di cardamomo verde di Bac Lieu, dragone fruit Phan Thiêt, fiori di loto Sài Gòn, mano di budda di Hà Nội, cannella da Kon Tum, Pepe di Phu Quoc, peperoncino bird's eye di Đà Lạt e poi anice stellato, semi di finocchietto e liquirizia.

Se prendete in mano una cartina geografica o semplicemente Google Maps vi accorgete di aver fatto il giro del Paese. Ad unire tutti questi aromi in uno splendido matrimonio ci ha pensato La distilleria District 9, con sede a Ho Chi Min City, l'attuale nome di Saigon, capitale culturale che è sempre stata vocata alla commercializzazione delle spezie e all'arte della distillazione. Qui i master distiller hanno unito aromi così complessi legandoli in armonia anche grazie all'uso intelligente di anice, finocchietto e liquirizia, botaniche che contengono anetolo e che quindi conferiscono naturalmente un sapore piacevole e un effetto morbido e rotondo al palato. Tre parole per Saigon Baigur Gin: moderno, esotico e rotondo.

Vale infine la pena spendere due parole su come si presenta il prodotto, assolutamente intrigante, bellissima anche la versione speciale per l'anno del dragone, animale mistico al quale il Gin è dedicato la bottiglia stessa vuole richiamare le scaglie del Drago e la tipica forma a pigna che per gli amanti del genere non può che richiamare le uova di dragone che la fantastica Denerys Targaryen, custodiva con reverenza nel "Trono di Spade".



SAIGON BAIGUR GIN NASCE IN VIETNAM, TERRA ESOTICA, CLIMA TROPICALE, SPIAGGE DA SOGNO, NATURA RIGOGLIOSA, PAESE MAGICO.



MARTIN MILLER'S GIN VI PORTA IN ISLANDA, TERRA SELVAGGIA, GHIACCIAI IMMENSI, PAESAGGI DA FINE DEL MONDO, ACQUA PURISSIMA, FREDDO PUNGENTE.

Martin Miller's Gin nasce da un visionario uomo che nel momento in cui (siamo a fine anni 90) i gin in bottigliera erano 4-5, e senza fare nomi ve li immaginate tutti, decide di creare il proprio gin, a Londra con i più classici degli aromi, ginepro, angelica, quassia, noce moscata, coriandolo, ireos, limone e arancio. Siamo in Inghilterra però dite voi, ma infatti siamo appena al 40% del nostro prodotto rispondendo io... il restante 60% lo troveremo proprio in Islanda, ovvero l'acqua migliore del mondo.

La purezza di queste acque non ha eguali al mondo ed è su questo che MMG gioca, un gusto secco e deciso di botaniche distillate separatamente baciato dalla cristallina acqua Islandese. Un bacio di quelli che schioccano, un gusto chiaro e deciso per un autentico Gin, che anche qui in tre semplici parole definirei classico, fresco, secco.

MMG ha pensato anche a versioni "stagionali" del proprio gin: - **Summerful** con aggiunta di timo artico, rosmarino, menta è un omaggio all'estate con note floreali ed erbacee più intense, bevuta fresca e divertente.

- **Winterful** grazie al cardamomo, la cannella e il mandarino regala una bevuta invernale, avvolgente e familiare.

-**Westbourne** vuole invece essere un gin "old School", gradazione generosa di oltre 45°, con note pungenti di quassia e pepe. - **9 Moons Barrel Aged Gin**, nato dall'esperimento di alcuni bartender di New York che hanno fatto invecchiare in botti di rovere francese, MMG Gin per 9 cicli lunari circa 8 mesi e mezzo, il risultato è stato un gin decisamente coinvolgente e rotondo, con note di vaniglia e cocco fuori dall'ordinario.

In conclusione dobbiamo capire perché parlare di questi due mondi, questi due gin, così lontani e diversi in un unico articolo.

La risposta è che il mercato è esattamente spaccato in due, i consumatori gradiscono talvolta il gusto morbido, complesso ed esotico di **Saigon Baigur Gin** e altrettante volte invece a vincere sono le note classiche, secche e pure di **Martin Miller's Gin**.

Non è nemmeno detto che i consumatori siano sempre fedeli alle proprie convinzioni o abitudini, a me per esempio non dispiace affatto alternare questi due tipi di bevute, ma forse per chi mi conosce questa non è una sorpresa.

È il caso di dirlo: Gin Gin, alla salute!



"Facciamo un gin che sappia di gin!"

INTERVISTA A DANIL NEVSKY

Èra il 1999 quando l'eccentrico Martin Miller e i suoi amici decisero di produrre il loro gin, dando un grande contributo alla rinascita del gin con un prodotto destinato a diventare iconico.

Martin Miller's Gin è prodotto con acqua islandese pura ed ha un bouquet delicato ed equilibrato che gli ha permesso di ricevere molti riconoscimenti nel corso della sua storia. Abbiamo incontrato **Danil Nevsky**, attuale Global Brand Bartender, per chiedergli alcuni suggerimenti su come utilizzare al meglio questo famoso gin.

"Ciao Danil! Come stai?"

Ciao! Sto bene, forse un po' stanco a causa di tutti i viaggi e del passare molto tempo ad ascoltare le persone e a cercare di risolvere i loro problemi. Per fortuna sono riuscito a farmi pagare, per questo! **Con Martin Miller's Gin ho la grande fortuna di condividere con il mondo il mio amore per l'ottimo Gin**, la creatività e i cocktail, quindi non posso proprio lamentarmi.

Adoriamo MMG! Puoi dirci qual è, a tuo avviso, il modo migliore di utilizzarlo in mixology?

Ah, l'annosa questione sul "Modo migliore di usare Martin Miller's Gin in mixology"! Per come la vedo io, è come quando si esce con una persona con cui si vuole fare bella figura: **non bisogna complicare troppo le cose**. Questo gin è come uno smoking in bottiglia: è già vestito di tutto punto. **Il vostro lavoro? Non rovinare tutto.**

Il modo migliore per usarlo è rimanere sui classici. Un Gin & Tonic abbastanza frizzante da farvi mettere in discussione le vostre scelte di vita, o un Martini così liscio da farvi dimenticare di aver avuto una pessima giornata. Non è necessario esagerare con 15 ingredienti e un rametto di qualcosa che non si sa nemmeno pronunciare. **Lasciate che il gin faccia il lavoro importante, mentre voi vi prendete il merito.** In altre parole, mantenete la semplicità e lasciate che Martin Miller's sia l'affascinante protagonista dello spettacolo. Voi sedetevi, rilassatevi e prendetevi tutti i complimenti come se aveste pianificato tutto.

Ci proponi invece due ricette, da te firmate, in cui possiamo sperimentare un po' per far emergere le specificità del carattere di MMG?

Certo! Il primo drink si chiama **Red Wine Daisy**: rosso, delizioso e con note fruttate che si aggiungono al ginepro e agli agrumi di Martin Miller's Gin.

Il secondo invece è il **Barrel Aged Martinez** e rappresenta l'eterno dualismo tra gioventù e vecchieia. Il nostro punto di vista sul mondo cambia con l'avanzare dell'età: dall'entusiasmo giovanile, passando dalla sensazione di "essere adulti" già a 20 anni, arrivando alla grande saggezza in età avanzata. Le acquaviti possono subire una trasformazione simile quando vengono invecchiate in diversi tipi di botti. E se facessimo lo stesso con i cocktail? Ecco un classico Gin Martinez, ma invecchiato in una botte di Bourbon per 3 mesi. I sapori cambiano, si addolciscono e si trasformano in qualcosa di completamente nuovo.

RED WINE DAISY

40 ml di Martin Miller's Original Gin
20 ml di vino Shiraz
20 ml succo di limone
20 ml Granatina
30 ml di albume d'uovo

Bicchiere: Old Fashioned
Guarnizione: schiuma di albume bruciata



GIN07472-01

BARREL AGED MARTINEZ

60 ml di Martin Miller's Original Gin
20 ml Vermouth Rosso
20 ml di Vermouth secco
10 ml di Pierre Ferrand Dry Curaçao

3 gocce di Fee Brother's Old Fashioned Bitters

Bicchiere: Coupe
Guarnizione: Zeste d'arancia scartate



UN DRINK

chiamato

desiderio

DI
FABIO
BACCHI



Immaginate di entrare in un bar la cui atmosfera, ovattata, avvolge e permea ogni cosa. Luci eleganti e discrete quanto basta, "How dark, how pleasing", diceva E. B. White dell'atmosfera del bar, legni scuri, sedute comode, tutto sembra trasudare storie antiche che si rincorrono nel tempo. Storie sempre nuove quando raccontate. Avvicinatevi al bancone, poggiate la suola della scarpa sinistra sulla barra di ottone poggiapiedi, un tempo vi sareste accesi una sigaretta, accomodatevi con il gomito destro sul banco del bar. Quindi, con un sorriso accennato e rivolto al barman, pronunciate quella frase che in qualsiasi lingua quel bartender comprenderebbe: "Un Martini, grazie".



PRONUNCIATE
QUELLA FRASE
CHE IN QUALSIASI
LINGUA QUEL
BARTENDER
COMPNDEREBBE:
"UN MARTINI,
GRAZIE".



TEQ05996



GIN04929

Per persone di una certa classe è la frase più bella da pronunciare in certi bar, un felice inno alla vita. Attenzione, da buon cocktail lover, se presagite che il barman non sia all'altezza di



LIQ04639

un esigente stile di bere non rischiate il vostro e altrui imbarazzo, chiedete elegantemente un bicchier d'acqua, sempre molto fredda beninteso. Siete nel bar di un grand hotel, di un caffè storico o di un cocktail bar, spazi di civiltà che hanno una comune costante: la magia del tempo che assume una diversa velocità, più lenta, che vi trasporta nel passato e nel futuro, ai vostri ricordi e alle vostre fantasie. E se c'è un pianoforte, il pianista non suonerà un solo motivo composto negli ultimi sessant'anni, solo e soltanto Gershwin e Berlin, Rodgers e Kern, Arlen e Robin, Noble e Porter. Quello stesso Cole Porter che in una delle sue prime canzoni scrisse: "The fountain of youth is a mixture of gin and vermouth".

L'atmosfera del bar ha un ruolo determinante nella costruzione dell'esperienza. Suoni e musica hanno sempre avuto un'importanza fondamentale. Sono questi i bar in cui i never-ending classic drink (Negroni, Manhattan, Martini, Americano,

Stinger) costituiscono un'antologia liquida, bicchieri verso i quali la mano si tende per riconciliare corpo e mente, acquietare le delusioni o celebrare la vita.

Dei never-ending classic drink non esiste una versione assoluta, la preparazione di questi drink è un percorso profondamente intimo, una



BIT04254



VER05710

materia nella quale si fondono arte e manipolazione. Il Martini Cocktail, il Manhattan, il Negroni sono elementi imprescindibili dell'immaginario e del quotidiano dei cocktail lover più esigenti. È arduo offrire una spiegazione al contempo chiara, esaustiva e stringata, ma è così. Almeno da quando, come nel caso del Martini, il nome del cocktail e quello del suo bicchiere sono divenuti

DEI NEVERENDING
CLASSIC DRINK
NON ESISTE UNA
VERSIONE ASSOLUTA,
LA PREPARAZIONE
DI QUESTI DRINK
È UN PERCORSO
PROFONDAMENTE
INTIMO.



GIN05091



GIN04063



GIN07697



POSSONO ALCUNI
DRINK ESSERE SIMBOLI
DI STATUS SOCIALE?
SÌ, CERTO, COSÌ COME
QUEI BAR STORICI
IN CUI SONO NATI.

un tutt'uno, o da quando il Conte Camillo Negroni chiese un goccio di Gin nell'Americano. In questi bar si sublima il tempo come magia dell'aspettare, il cui ritmo è dettato dal tintinnare del ghiaccio nei bicchieri, dalla maestria con la quale il barman maneggia i suoi attrezzi.

I bar nei quali i neverending classic imperano rimandano a uno stile di vita del quale i drink rinnovano un'immagine che resiste, in alcuni casi, da centinaia di anni. La domanda: quale immagine? La stessa del bar.

Un'immagine che appartiene al passato ma è sempre attuale, sempre ottimista, una immagine elegante e mai rozza, civilizzata, spesso è un insieme che esprime un particolare stile di vita del passato, di un passato senza tempo.

Come già detto, è una storia antica che si ripete ma è sempre nuova quando viene raccontata. **Possuno alcuni drink essere simboli di status sociale?** Sì, certo, così come quei bar storici in cui sono nati. Il Martini è nato nel bar di un hotel e fu subito definito un drink WASP (White, Anglican, Saxon-Protestant) perché consumato da persone con atteggiamenti elitari e conservatori; il Negroni nato in un famoso caffè fiorentino divenne il drink della buona borghesia cittadina che in quel caffè si ritrovava, il drink dell'intelligenza nascente e dell'aristocrazia decadente, il drink che coniugava futurismo e conservatorismo.

Potenza di santuari del bere miscelato dai quali la fine art of mixing drink si sarebbe poi diffusa a tutti i ceti sociali, uno dei primi esempi di globalizzazione ante litteram.

Oggi i bar storici resistono alle mode e alle tendenze che vorrebbero divenire stili, a volte stravaganti.

Ma, come dice Giorgio Armani, "lo stile è eleganza, non stravaganza". Ça va sans dir.



GIN05522

QUANDO I GRANDI BARMAN METTONO MANO ALLE BOTTIGLIE

MARIAN BEKE THE GIBSON

Nato in Slovacchia, Marian s'impone al The Gibson di Londra. "Wild Berries", "Amarotto" e "Figs and Cherries" vogliono innovare i liquori classici, dando ai bartender la possibilità di "twistare" i grandi classici, o aggiungere note "savoury" ad ogni drink.



LIQ07092

FILIPPO SISTI BITTER ROUGE WHITE

Punto di riferimento per chi non si accontenta di "semplici cocktail", Filippo sperimenta sempre, dando vita a drink che dialogano con il mondo della cucina. Nella ricetta di Bitter Rouge White, il suo apporto si ritrova nelle spezie della costa africana, del centro e del sud America.



BIT05444

GIACOMO GIANNOTTI MG PARADISO

Partito da Marina di Carrara, per affermarsi a livello mondiale con il Paradiso, speakeasy nel centro di Barcellona. La collaborazione con Gin MG ha dato vita a uno spirito che unisce la distillazione tradizionale alla moderna mixology. Infuso con verbena al limone e pepe di Sichuan.



GIN07659-A

EDOARDO NONO MR. THREE & BROS GINGER FALERNUM

Istituzione del bartending italiano, Edoardo è la mente dietro al Rita e al Rita's Tiki Room di Milano. In collaborazione con CdC, ha creato Mr. Three & Bros, liquore caraibico agrumato con una dominante di zenzero. Ottimo liscio, o miscelato, da usare dopo un'energica shakerata.



LIQ06169



...È UNA STORIA ANTICA CHE SI RIPETE MA È
SEMPRE NUOVA QUANDO VIENE RACCONTATA.



LIQ04666



Vecchio Magazzino Doganale

L'ARTE DELLA TERRA



DI
LUCA
TOUSIJN



La storia di Vecchio Magazzino Doganale ha radici profonde, nella storia, nella terra, nelle persone che da sempre la lavorano.

È il 1871 quando il primo capitolo di questa bellissima storia comincia sulle coste della Sila, dove il capitano Jefferson, partito da Panama con un carico di alcol da barbabietole, naufraga su una rotta ben diversa da quella che avrebbe dovuto portarlo al porto di Genova, ma che si rivelerà quella giusta per il destino dei tre sopravvissuti e di **Giocondo Trombino**, primo protagonista del viaggio che ha portato Vecchio Magazzino Doganale a essere quello che è oggi, **un riferimento internazionale per la liquoristica e l'erboristeria.**

“Io rimarrò qui per sempre” è la frase che Jefferson pronuncia davanti agli altri due sopravvissuti al naufragio: Roger, fidato collaboratore e Gil, medico di bordo ed esperto alchimista.



UN LABORATORIO
DOVE PROFUMI,
AROMI, ERBE E
FRUTTI SI UNISCONO



VECCHIO

MAGAZZINO



LIQ07102-02

LIQ07106-01

esempio nel mondo del beverage. Prodotti artigianali, che senza retorica sono davvero “fatti con pochi mezzi” – come dice la definizione meno nobile del termine – ma con uno studio e una maestria alla base unici nel nostro paese. **Selezionatori, prima che produttori, delle migliori materie prime che la Calabria può offrire**, la maggior parte delle quali nascono proprio nel giardino dell’azienda, a due passi – letteralmente – dalla distilleria (provare per credere).

Arancia dolce, arancia amara, limone, pompelmo e bergamotto sono, oltre che espressioni massime del territorio calabrese, la base di infusi che alla fine del processo produttivo vanno a comporre **Jefferson, Amaro Importante**. È lui la star della “Selezione”, l’amaro che ha creato una nuova categoria e sorpreso gli appassionati di tutto il mondo. Undici mesi è il tempo necessario a “chiudere” una bottiglia di **Jefferson**, così come di quasi tutti i prodotti di Vecchio Magazzino Doganale, da **Roger a Intervallo**, da **Washington a Giocondo**. Un lasso di tempo che può apparire strano per una produzione di liquori e distillati, ma che in realtà è quanto richiede il ciclo naturale delle colture, perché **il rispetto dei processi di maturazione è il fondamento della qualità**.

Quella di Vecchio Magazzino Doganale è una realtà unica in Italia, integerrima nel mantenere saldi i principi su cui si basa, ma rivoluzionaria nel modo di intendere la gestione agricola, la produzione di liquori e la miscelazione. Ogni bottiglia è diversa nella sua singola espressione della terra che non è mai la stessa e mai dovrebbe dare un frutto uguale a un altro.

“Io rimarrò qui per sempre”, disse Jefferson ormai 150 anni fa, a profezia di un viaggio che per noi è appena cominciato, ma che ha le sue radici nella storia, nella terra, nelle persone che da sempre la lavorano e che ci permettono di vivere, ma soprattutto di bere, emozioni indimenticabili, nate in un vecchio magazzino per un errore di rotta.



LIQ07104

I tre marinai rimangono stupefatti davanti ai fiori e alle piante della Calabria, inebriati dai profumi delle erbe selvatiche, ispirati dal mare e dalla natura, unica in quel territorio.

È proprio la natura a plasmare l’identità di Vecchio Magazzino Doganale, che nasce e cresce come **Società Agricola Rurale** prima di essere un produttore di liquori e distillati ormai celebri in tutto il mondo. Il “Martorano”, nome del polo produttivo a Montalto Uffugo, vicino a Cosenza, è un luogo magico, nel senso più antico del termine.

Un laboratorio dove profumi, aromi, erbe e frutti si uniscono nelle creazioni di **Ivano Trombino, fondatore dell’azienda** ma prima e sempre, come direbbe lui, contadino.

Il **profondo legame con la terra, la cura del territorio, la bellezza della natura**, sono queste le tre colonne che reggono il tempio di quello che ormai è un



LIQ05957

“IO RIMARRÒ QUI PER SEMPRE”, DISSE JEFFERSON ORMAI 150 ANNI FA

L'IMPORTANZA lieto del fine

DI
DOMENICO
DRAGONE

Quanto è importante quel momento in cui tutto finisce, se pensiamo ad un film il finale può sentenziare in maniera netta il nostro giudizio tra bello e brutto, in un libro giallo il finale, a distanza di tempo sarà l'unica cosa che ricorderemo, in una competizione sportiva è alla fine che si tirano le somme.

Vi rendete dunque conto di quanto fondamentale sia concludere al meglio un'esperienza gastronomica? Sia essa un "abbuffata" di street food in qualche angolo di mondo, un assaggio in un mercato di paese ma anche una cena con amici in pizzeria o un'esperienza tanto attesa in ristorante stellato.

Spesso chiedo ai miei amici come hanno concluso il loro pasto e la risposta finisce quasi sempre con: "Caffè". Credo che anche il più buon caffè al mondo non possa che standardizzare l'esperienza appena vissuta, rendendola difficilmente memorabile, cosa che invece po-

trebbe accadere con un ottimo amaro o distillato di qualità.

C'è però anche l'altro lato della medaglia: quante volte non ci siamo sentiti bene dopo una cena, oppure lo stomaco ci è sembrato sottosopra per tutto il giorno successivo? Avete mai pensato che potrebbe essere stata colpa di un amaro pieno di zucchero, magari ghiacciato o di quella grappetta fatta in casa con tanto amore?

Io ho cominciato a pensarci una decina di anni fa quando ho iniziato ad avvicinarmi allo studio nella composizione delle ricette di liquori e distillati e successivamente affiancando la produzione degli stessi.

La ricercatezza della materia prima, la qualità di quest'ultima, la sapienza dei distillatori e dei liquoristi possono cambiare le nostre abitudini accompagnandoci al meglio dopo ogni pasto. Ecco quindi per voi una selezione particolare di amari e distillati per questo dolce finale.

VI RENDETE DUNQUE CONTO DI QUANTO FONDAMENTALE SIA CONCLUDERE AL MEGLIO UN'ESPERIENZA GASTRONOMICA?



COGNAC

COGNAC FERRAND 10TH GENERATION

Un Cognac Premier Cru che rende onore alle 10 generazioni della famiglia Ferrand che dal 1630, nel cuore dei vigneti del cognac, si sono tramandate una profonda conoscenza della distillazione e del lavoro su un grande terroir, ispirazione per Ferrand 10 Generations. Prodotto con un'uva di varietà ogni-blanc, è un cognac fresco e opulento con note di fiori bianchi. Distillato sulle fecce fini, è poi invecchiato in botti di rovere francese, 20% delle quali hanno contenuto sauternes. Viene imbottigliato a 90 proof esaltando le proprie origini come Cognac Premier Cru.



PORTO

PORTO QUINTA DAS CARVALHAS

Fondata con un decreto regio nel 1756, la Real Companhia Velha è la più antica azienda vinicola portoghese. La sua proprietà Quinta das Carvalhas è la più spettacolare della Valle del Douro: la cantina si estende tra uliveti secolari e vigneti che, quasi centenari, rappresentano le più antiche varietà di uve autoctone della valle. Innovazione e sperimentazione con un occhio vigile alle tradizioni, lavorazioni attente, anni di invecchiamento in cantine vicino al mare, sono gli elementi che rendono unici i Porto di Quinta das Carvalhas.



CALVADOS

CALVADOS COQUEREL CIGAR BLEND

Produttore storico di Calvados, Coquerel distilla sidri di altissima qualità da mele e pere provenienti dalla Normandia. L'XO è un distillato per bevitori sapienti, incredibile ingrediente per drink come un Old Fashioned dal carattere normanno. Il Fine è un Calvados molto interessante liscio e in miscelazione, perfetto per la preparazione di un Buco Normanno. Il VSOP è un Calvados armonico, fruttato e speziato, che raggiunge le vette del bere di qualità. Coquerel Cigar Blend è pensato per creare un abbinamento perfetto con i sigari ed è un blend delle migliori acquisitevi Coquerel.



COGNAC

COUTANSEAUX AINÉ

Fondata nel 1767 durante il regno di Luigi XV, Coutanseaux Ainé è una delle più celebri case di cognac al mondo. Adorata dagli appassionati, una bottiglia datata 1767 è stata venduta al prezzo più alto mai raggiunto per una bottiglia di cognac. L'Hors d'Age è prodotto da distillati del Grand Champagne e invecchiato per almeno 40 anni con miscele di una biblioteca segreta del cognac antica di secoli. Ogni bottiglia è unica e può essere personalizzata con il nome di chi desidera godere di questo elegante e complesso eau de vies.

WHI07601-A



WHISKEY

MATTHEW FIREPLACE

La prima release ufficiale è stata chiamata Fireplace, per un whiskey che riaccende i ricordi: lo scoppiettio del fuoco accompagna il bicchiere che richiama alla mente ricordi felici, i calici si incontrano allegramente illuminati dalla confortevole luce del camino. Fireplace nasce da un'accurata selezione di botti contenenti Single Malt di diverse annate, con le quali il Master Blender è riuscito a ricreare un whiskey dalla grande complessità ed eleganza.

WHI04359



WHISKY

WHISKY SPEYBURN 10 YO

La distilleria Speyburn nasce nel 1897 nel cuore dello Speyside. Unica a utilizzare l'acqua pura del fiume Granty Burn, realizza single malt pieni di carattere. Lo Speyburn 10 anni è ideale per iniziare a degustare il VODKA whisky: fragrante al naso, al palato è liscio, con sentori di miele, pepe, mela rossa e cereali. Il finale porta echi di marzapane e legno speziato. Numerosi i premi vinti: argento nel 2018 al The Scotch Whisky Masters, nel 2017 e nel 2013 all'IWSC e nel 2014 all'ISC; oro nel 2014 all'IWSC e nel 2013 al San Francisco World Spirits Competition.

RUM05125-01



RUM

RUM DIPLOMÁTICO RESERVA EXCLUSIVA

La Distilleria Diplomático è stata fondata nel 1959 nelle fertili campagne della regione di Lara in Venezuela. Le tecniche di distillazione e gli eccezionali stoccaggi in barriques regalano al Rum Diplomático, oggi esportato in 63 paesi, le sue straordinarie virtù. Diplomático Reserva Exclusiva è un elegante e complesso rum da degustazione, prodotto dai più puri mieli di canna da zucchero. È distillato in antichi alambicchi di rame pot-still per i rum pesanti e in alambicchi a colonna e Batch Kettle per i restanti rum, poi affinato in piccole botti di rovere.

COC07245



COGNAC

POIRES DE VIE LIQUEUR DE POIRE ET COGNAC

Moderno ed equilibrato incontro tra il fruttato intenso della pera Williams con la delicata complessità del cognac; prodotto attraverso macerazione della frutta direttamente all'interno del distillato, ogni bottiglia richiede l'impiego di circa 18 pere. Un'opera di artigianalità che trova nel suo momento di consumo ideale quello della pasticceria secca o di un meditativo dopo pasto invernale. Intenso, morbido ma strutturato; pere, vaniglia, spezie e uva secca ne compongono la ruota aromatica.

MANFREDI

Amari & Affini nasce per celebrare la tradizione liquoristica del Sud Italia. Sole, mare e qualità delle materie prime sono le parole d'ordine di un liquorificio erboristico che unisce gli ingredienti di un'azienda agricola celebre in tutto il mondo: Vecchio Magazzino Doganale, da cui provengono tutte le piante e i frutti utilizzati nelle ricette storiche della gamma Manfredi. Un range di aromi e sensazioni che hanno fatto la tradizione del nostro paese. Amaro, limone, sambuca, anice, bergamotto e liquirizia.

LIQ07638



AMARO

RUM07204



RUM

MONYMUSK

Un patrimonio diverso da tutti gli altri, una storia che vale la pena preservare.

Il nome Monymusk deriva dall'omonima piantagione di zucchero che produceva rum e zucchero prima dell'abolizione della schiavitù e che continua a sostenere la distilleria con la ricca melassa giamaicana, così che il "gusto Monymusk" sia rinomato e riconosciuto in tutto il mondo.

National Rums of Jamaica Limited possiede interamente Long Pond Distillers Limited, rinomata in tutto il mondo per i suoi rum pot still, la sede di Innswood, che è un impianto di invecchiamento e stoccaggio, e il 73% di Clarendon Distillers Limited.

WHI07138



WHISKY

BM SIGNATURE

Sicuramente Bruno Mangin si è ritagliato un posto di indiscutibile rilievo nel panorama del whisky francese, distillando l'orzo locale nel cuore dello Jura e invecchiando il suo whisky in vecchie botti di vino. I suoi prodotti sono espressione pura del terroir francese, risultato della meticolosa ricerca compiuta nella scelta delle materie e dei legni per l'affinamento.

WHI07319-A



WHISKY

WHISKY KINGSBARN DOOCOT SINGLE MALT

Attiva dal 2014, questa distilleria è di proprietà della famiglia Wemyss. Kingsbarns si trova poco fuori St. Andrews, nella zona delle Lowlands scozzesi: per la produzione dei suoi whisky utilizza solo orzo locale, proveniente dall'area del Fife o "Kingdom of Fife", come la chiamano gli scozzesi. Dooct è il single malt considerato il fiore all'occhiello della produzione di Kingsbarn. Matura in botte per un periodo di tempo decisamente più lungo rispetto a quello dei suoi colleghi single malt. L'aspetto del ricco damerino nasconde in realtà un carattere tutto frutto e fiori, intenso e piacevole; sciroppo d'ananas, bacche estive, note tropicali, per un finale citrico.



LIQ05200



AMARO

LIQUORE MANDRAGOLA

Il Setmin, nella storia del Piemonte, sono i Guaritori. I loro talenti naturali vengono ampliati attraverso un passaggio di poteri legati alle conoscenze magiche. La formula dell'amaro Mandragola, così come il suo nome, fu tramandata da un erede di un Setmin della Valchiusella nel 1978. La formula contiene 15 erbe di cui, secondo la credenza, è possibile comunicarne pubblicamente solo 8 affinché l'insieme ottenuto trascenda i principi delle erbe e giunga a una metamorfosi in grado di rendere il prodotto pienamente efficace.

D i istinto curiosità sogni

DI
ANDREA
D'ALOIA

Ho sempre avuto un pessimo istinto, devo ammetterlo. Per questo tutta la vita ho dovuto riporre una fiducia smisurata nella mia parte razionale, cercando di tenerla allenata e reattiva, e provando a farmi trovar pronto ogni volta in cui fosse necessario. Nel frattempo, ho combinato un sacco di casini, e fallito tutte le occasioni in cui mi sono ritrovato ad agire d'impulso o senza stare a pensarci più di tanto: nessuna eccezione, nessuna botta di fortuna, nessuna strategia di sopravvivenza. Le ho sbagliate tutte. Errori più o meno fatali, ai quali non so se col tempo ho posto rimedio, o se ho semplicemente lasciato stare.

Alla fine non ero più sicuro di niente. Quando ti prendono certi scossoni di solito, mentre barcolli, ti aggrappi a qualcosa di roccioso, di stabile, a qualcosa che abbia la stabilità monolitica delle cose vere, e per questo semplicemente... belle.

È a quel punto che ho iniziato a organizzare serate da me, rimanere solo era pensiero periferico e un pugno ben assestato allo stomaco, non sapevo più starci. Avevo sostituito l'idea con la convinzione che le giuste compagnie mi avrebbero ricari-

cato di qualche buona vibrazione, che sarebbe potuta tornare utile altrove, in altri momenti.

Il mio appartamento non era distante dal centro. Lo avevo arredato poco – in una maniera voluta che definirei “chirurgica ed essenziale” – ma riempito nel tempo di un sacco di dettagli che lo rendevano il mio posto, la proiezione dei miei pochi desideri e di tutte quelle cose che mi facevano star bene. Sono convinto sia stata la piccola reazione, per contrasto, del mio lato artistico perennemente sopraffatto da quello pragmatico. Qualche mobile indispensabile, la lampada ad arco che colava luce intensa sul tappeto di un viaggio memorabile in oriente, il tavolino Gae Aulenti al centro del salotto di cui andavo molto orgoglioso, il divano per cui avevo perso la testa, un giorno, in quel negozio vintage qui vicino. E poi tutti gli oggetti di design che avevo collezionato con criterio e disposto con cura negli spazi raccolti delle stanze e che facevano fibrillare i miei ospiti, gente appassionata a quel genere di attenzioni lì.



LE SCORREVO DAVANTI AGLI OCCHI, RICORDANDO I POSTI IN CUI ERO STATO, LE DONNE CHE AVEVO AVUTO ACCANTO, I DETTAGLI DI CERTI GIORNI SPECIALI E GLI STATI D'ANIMO CHE AVEVO PROVATO IN QUEGLI ATTIMI.





...A UN CERTO PUNTO AVEVO INIZIATO A METTERE INSIEME UNA SELEZIONE PIUTTOSTO ACCURATA DI LIQUORI E DISTILLATI PREGIATI.

Gli appuntamenti da me divennero fissi, e memorabili molto presto: a un certo punto avevo iniziato a mettere insieme una selezione piuttosto accurata di liquori e distillati pregiati da bere con le persone giuste, cose che mi facevano impazzire per delle sequenze di **particolari che agli occhi degli altri potevano apparire minuzie o dettagli di poco conto, ma che per me erano**

diventate importanti. Una cosa nata per gioco, tempo prima e chissà perché, poi **mi sono convinto del fatto che una bottiglia potesse rivelare molti dei tratti autentici di un essere umano.** Io ad esempio adoravo i rum, per quello che potesse significare. Di sicuro erano capaci di restituirmi un po' di fiducia nelle cose del mondo, quando scivolavano giù, come velluti nella gola.



WHI05408



WHI05778



WHI07458-A



WHI07451-A



WHI06609



WHI07054



WHI05952



WHI04166



WHI07678



WHI07315

crush

Avevo posto la bottigliera in bella vista, lungo la parete più estesa del salotto, con un ordine mentale ben preciso per provenienze e invecchiamenti, qualche volta per cromie. Era tutto in armonia con il resto dei miei oggetti, la somma appagante di piaceri diversi. Luci e ombre si ingoiavano a vicenda sui cristalli delle mensole, le loro traiettorie si disegnavano anarchiche sulle

etichette. Le linee essenziali delle bottiglie conquistavano so- lennità che in origine non erano immaginate. Le scorrevo davanti agli occhi, ricordando i posti in cui ero stato, le donne che avevo avuto accanto, i dettagli di certi giorni speciali e gli stati d'animo che avevo provato in quegli attimi. Era tutto maledettamente nitido, conservato come fosse in una bolla di sapone.



WHI07326-A



WHI07603

OGNI VOLTA ERA UNA MAGIA, ANCHE NELLE OCCASIONI IN CUI DECIDEVAMO DI METTERCI IN GIOCO CON ASSAGGI ALLA CIECA.





WHI06658

WHISKY



WHI07320-A

WHISKY



WHI07948-A

WHISKY

Trovare un liquore raro, o dotato di caratteristiche particolari che lo rendevano unico, era diventato il gioco e il pretesto per ritrovarsi a casa mia e anche il modo di risolvere i dilemmi di ogni volta su cosa regalare in occasioni più o meno speciali. Ero sempre stato un disastro, anche in quello.

Eravamo convinti che quelle bottiglie avessero un prezioso valore culturale e antropologico, per la loro capacità di avvicinare idee molto diverse tra loro, generare discussioni, approfondimenti, ricordi. Ci incuriosivano l'approvvigionamento, le caratteristiche e le lavorazioni delle materie prime, i molteplici savoir faire e le diverse professionalità coinvolte nelle produzioni. Oltre al modo in cui quegli spirits raccontavano di luoghi e persone, generando identità territoriali uniche e creando connessioni tra storie, tradizioni, vicende umane. Erano un miracolo, uno scambio continuo di riverberi, un flusso continuo di onde elettriche di rimando.

Una sera arrivarono con un pacco ancor più sofisticato del solito: tra le bottiglie scorsi un

corno, o almeno è quello che intuì. Ci preparammo da bere qualche aperitivo aspettando che la cena fosse pronta, un paio di Negroni ready to drink, che mi salvavano sempre per rapidità e la miscelazione infallibile delle dosi, qualche Gin Tonic, con cui avevo preso le giuste misure, poi degli Old Fashioned, che avevo imparato a lavorare da Dio. Adoravo il momento in cui l'angostura avvolgeva lentamente le zollette di zucchero, ci vedevo qualcosa di inesorabile e affascinante in quel penetrare tra i granelli compatti. L'aria della stanza era carica di energia e buone vibrazioni.

Anche a tavola avevamo preso l'abitudine di accompagnare le pietanze con cocktail e miscelati, era il nostro modo di avventurarci ad esplorare, solleticando le nostre curiosità crescenti. Ognuno di noi adorava il gesto di rimuovere le capsule dai colli, stappare e inebriarsi dei profumi di quei liquidi soavi, miscelarli con perizia. Non pensavamo neanche di arrivare così lontano, e tirarla così a lungo questa faccenda, speravamo vagamente in qualcosa

che ribaltasse il nostro stare in quel momento. Ogni volta era una magia, anche nelle occasioni in cui decidevamo di metterci in gioco con assaggi alla cieca.

Il corno, avevo visto bene, era un soave Mezcal. Lo sorseggiavamo con una pazienza rara e appagante, ascoltando i racconti messicani di uomini e donne che compivano quel piccolo miracolo con amore. Qualcuno c'era stato per davvero in Messico, in giro per campi coltivati e case irraggiate da soli enormi, strade polverose e distillerie da racconti di Garcia Marquez, a vederlo dal vero, e respirare quel sogno. Chi non c'era ancora stato, invece, aveva impressa, nitida, la sensazione che **quelli erano attimi di una felicità inaspettata, che sbucava dal nulla e ti prendeva alle spalle, avvolgendoti come una coperta.**

Quando andarono via poggiavi la bottiglia sulla mensola, con cura, accanto ai miei distillati caraibici preferiti. Era davvero bella. Le diedi un'ultima occhiata, pensai alla prossima occasione per il mio prossimo sorso, e ricominciai ad essere felice.



VIN07032

PORTO



mexico



MEZ07385

MEZCAL



TEQ07535

TEQUILA



COG06624

COGNAC



CAL07067-A

CALVADOS



ARM05412

ARMAGNAC



COG07669-A

COGNAC



RTD07559

READY TO DRINK



RTD07699

READY TO DRINK



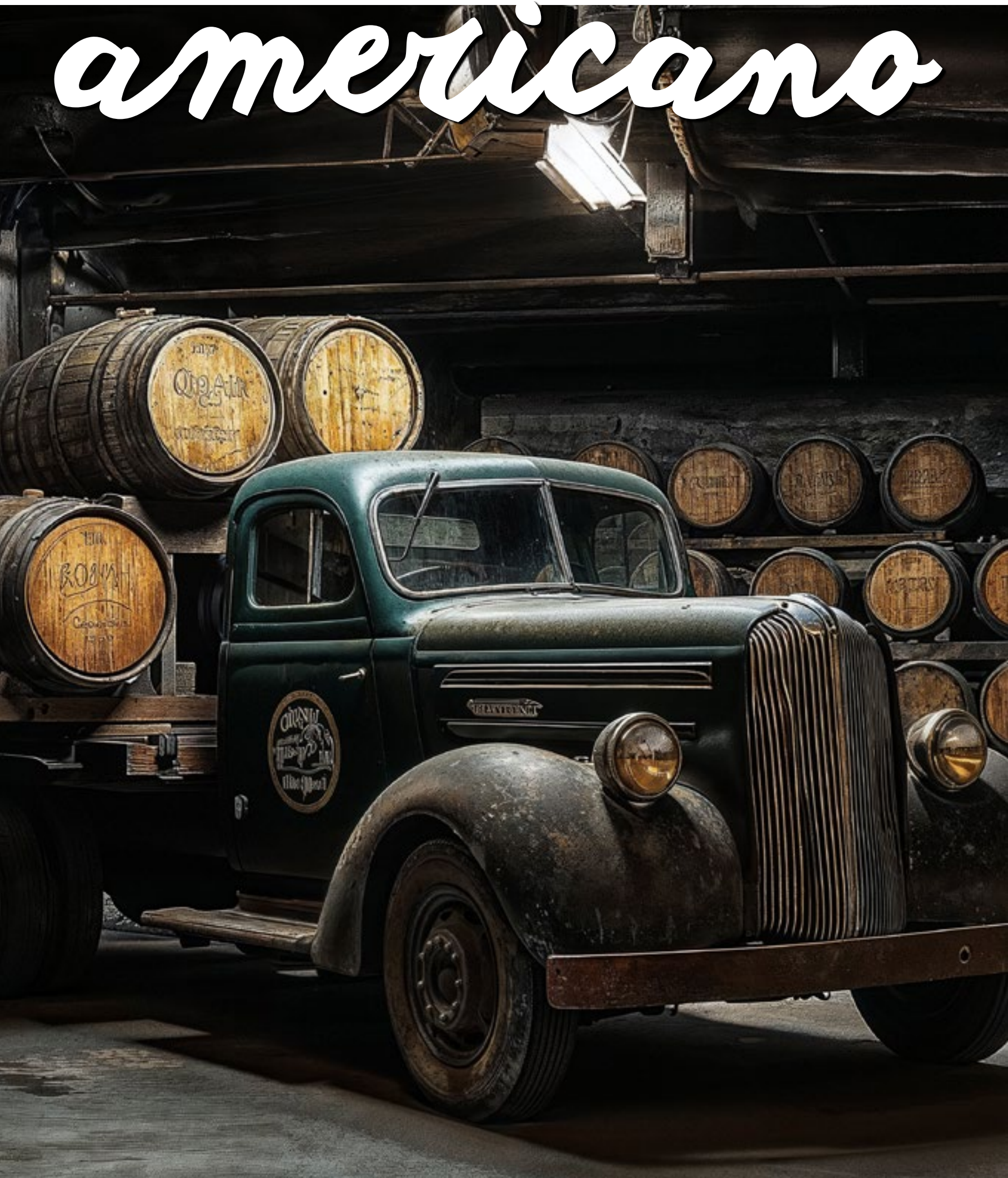
VER05712

VERMOUTH

negroni

IL SOGNO *americano*

DI
DANIELE
CANCELLARA



QUALE POSTO
MIGLIORE
DEGLI USA PER
REALIZZARE IL
SOGNO DI CREARE
UN GRANDE WHISKEY?



Quel desiderio di riscatto che sin dal XIX sec. vede negli Stati Uniti la sua patria.

In fondo, **quella statunitense, è una cultura nata dagli immigrati**, che migrarono dall'altra parte del mondo per cercare fortuna. E qualcuno, naturalmente ci è anche riuscito.

La grande rivoluzione industriale, la grande impresa, e, dal '900, anche i sogni legati all'industria nella musica e del cinema.

A parte un momento nella prima metà del XX sec. (dovuto alle due guerre mondiali e alla Grande Depressione del 1929), questo sogno sembra non esaurirsi mai.

Oltre agli obiettivi di rivalsa, molti immigrati della prima generazione (principalmente inglesi, scozzesi e irlandesi) portarono con loro la propria cultura, le loro

influenze e la loro tecnologia.

E quale posto migliore poteva esserci per realizzare il sogno di creare un grande whiskey?

Infatti, sin dall'inizio, **i primi immigrati irlandesi iniziarono a distillare il cereale nel sud degli Stati Uniti**, per creare il proprio Whiskey, ma quella zona era povera di orzo, e il clima era profondamente diverso dall'Isola Verde dalla quale provenivano.

Decisero quindi di distillare ciò che la terra poteva dargli in abbondanza, il mais e la segale, creando (involontariamente e in maniera casuale) due nuovi stili di distillato chiamati Rye Whiskey (dal nome della materia prima utilizzata) e Bourbon Whisky (che potrebbe essere stato dato in onore ai borboni, che appoggiarono gli Stati Uniti durante la Guerra d'Indipendenza, o in omaggio alla Bour-

bon Street di New Orleans).

Dopo il grande sviluppo degli inizi, in principio in Virginia e poi in Kentucky, lentamente la produzione di Whiskey Americano si è espansa in tutto il paese, fino ad arrivare ad oggi, con oltre 4000 distillerie, tra le storiche grandi compagnie, fino a delle micro-realtà costruite nei garage.

Perché appunto, **gli Stati Uniti danno un'opportunità a tutti, ed è possibile iniziare anche in piccole strutture**.

Tra le craft distillery che hanno aperto, possiamo trovare realtà interessanti, con concept e ispirazioni molto diversi.

Come **Widow Jane Whiskey**, distilleria che ha come obiettivo il voler esprimere la vera anima di New York.

Si trova infatti nella zona Red Hook, a Brooklyn, New York, e utilizza l'acqua della miniera di





DECISERO QUINDI
DI DISTILLARE CIÒ CHE
LA TERRA POTEVA DARGLI
IN ABBONDANZA, IL MAIS
E LA SEGALE



Rosendale (che è appunto soprannominata Widow Jane).

Oltre a ad una purezza che la rende perfetta per la produzione di whiskey, la provenienza di quest'acqua è legata proprio alla città di New York.

Pare infatti che la pietra di Rosendale fosse stata usata per i piloni del Ponte di Brooklyn, per la base della Statua della Libertà e anche per l'Empire State Building, i più importanti simboli della città.

Questa ricerca del territorio e della sua storia, porta naturalmente ad avere un grande prodotto con un'identità precisa. **Essendo gli Stati Uniti molto estesi, il clima e il territorio cambiano molto in base allo Stato**, rendendo Widow Jane diverso dai suoi "cugini" del Sud.

Altra interessante craft distillery è **Few Spirits**, fondata nel 2011 a Evanston, Illinois.

Il nome è stato dedicato a Frances Elizabeth Willard's, fondatrice della Woman's Christian Temperance Union, attivista femminista, ma anche fervida sostenitrice del proibizionismo che ad Evanston trovò terreno davvero fertile.

Pensate che se ne nel resto degli Stati Uniti il proibizionismo fu abolito nel 1933, lì ad Evanston, Illinois, il divieto di vendere alcolici rimase in vigore fino agli anni 70!

Venendo ai giorni nostri, nel 2011 Paul Hetko decise di aprire la propria distilleria proprio lì, cercando di trovare un punto di contatto con il passato, realizzando un whiskey che si ispirasse a quelli prodotti precedentemente al proibizionismo.

Per mantenere questo concetto, la produzione è "Grain-to-glass", poiché tutto il processo produttivo, dalla coltivazione del cereale all'imbottigliamento, è re-

alizzato nei pressi della distilleria.

Tuttavia, negli anni, l'eclettismo di Paul lo ha portato anche a fare prodotti innovativi (o visionari?) come un Bourbon tagliato con del Caffè Cold Brew, e un Rye diluito con Tè Oolong.

La produzione di spirits americani però non si ferma al solo Whiskey e anche il gin si è ritagliato un'importante fetta di mercato.

Come la stessa Few distillery, che produce diverse tipologie di Gin, come **Few American Gin** e **Few Barrel Gin**, oppure **Bluecoat American Dry Gin**, prodotto a Philadelphia utilizzando esclusivamente botanicals biologici.

OLD FEW-SHIONED

60 ml Few Bourbon Whiskey

1 zolletta di zucchero

3 dash Fee Brother
Old Fashioned Aromatic Bitter



WHI07681



WHI07682



BIT04254



TEQUILA

tequiero



INTERVISTA DI
CRISTIAN BUGIADA
E ROBERTO ARTUSIO
A GUÈ

Ciao Guè. Che piacere conoscerti in questa nuova veste. Ci racconti com'è iniziata la tua avventura con Tequila Tequero?

Guè - Da dove inizia la mia avventura? È sempre stato un mio sogno fare un distillato che fosse mio e la scelta alla fine è ricaduta sul Tequila perché, al di là del fatto che sono un fan del Messico, è un distillato di pregio, difficile da produrre. I trend di mercato sono in crescita in tutto il mondo, in particolare modo in Europa. Mi piacciono le sfide e insieme a Driss El Faria abbiamo deciso di intraprendere questa avventura.

Che cosa ti lega a questa terra che noi amiamo alla follia?

Guè - Ho sempre viaggiato in Sud America e ho avuto case in vari luoghi di queste splendide terre. Ho visitato anche il Messico e mi affascina tantissimo, oltre che per i distillati anche per la musica, i colori e le tradizioni tipiche del paese. Altra cosa che mi ha sempre attratto è la Lucha Libre: impazzisco per le maschere indossate dai lottatori.

Roberto e Cristian - Capiamo quello che dici: per noi Messico è casa, fatta di amici, una vera e propria famiglia che ci ha aperto le porte e che negli ultimi dieci anni ci ha permesso di scoprire sempre più a fondo questa terra che sa di libertà e avventura, sempre attraverso i distillati e la cultura liquida.





DRINK PREFERITO? FACILE, OVVIAMENTE IL PALOMA!



E se ti chiedessimo di identificare una canzone che racchiuda l'essenza di un momento preciso della tua carriera musicale o imprenditoriale, quale canzone sceglieresti e perché? E se dovessi identificare lo stesso momento con un drink?

Guè - Sceglerei "Brivido", una canzone in classifica da dieci anni che rappresenta la mia musica in tutto. L'aspetto imprenditoriale va di pari passo con la musica; mi sono sempre diletta in varie cose, dallo streetwear all'apertura di attività. Ad oggi ho intrapreso questa sfida per la mia passione legata al mondo degli spirits, sono fiero e orgoglioso di aver fatto un distillato mio prima degli altri. Il drink che identifica un momento della mia carriera è il Bloody Mary (noto anche come Bloody Maria [n.d.r.]), ovviamente fatto con il Tequila!

Roberto e Cristian - Le nostre ricerche ci hanno portato a riscoprire i classici drink messicani, bevute popolari come la "Michelada", dando una nuova

linfa anche all'interno del nostro menu a La Punta. Siamo partiti da una strada più sperimentale, poi abbiamo capito che la semplicità era sicuramente più interessante per raccontare la nostra passione attraverso i drink. Il pezzo che rappresenta il cambiamento del nostro percorso è "Cumbia sobre El rio" di Celso Piña, una cumbia colombiana che rappresenta la festa nel senso più puro del termine, la condivisione, il barrio e la gioia di vivere liberi e senza etichette.

Per salutarci, facciamoci un drink. Dicci il tuo preferito con Tequila Tequero e noi ti diciamo il nostro.

Guè - Drink preferito? Facile, ovviamente il Paloma!

Roberto e Cristian - Eccezionale e sempre rinfrescante! Invece noi ti rispondiamo così e ringraziamo per questa chiacchierata: "Quería sentarme a la barra y tomar un perro con cadena, una chela fría con a lado una Tequero".



Bloody MARIA

40 ml Tequila Tequero
10 ml porto rosso Tawny
90 ml succo pomodoro
15 ml succo di pompelmo rosa
2 dashes di salsa Worcestershire
1 spoon di salsa di rafano
Sale qb
Pepe qb



Tequero PALOMA

50 ml Tequila Tequero
Riempire con
Tequero Paloma Premix



LE TRE FASI DI UN *viaggio*

DI
JULIAN
BIONDI



Spesso si parla di un viaggio come di un momento chiuso tra due date: quella di partenza e quella di ritorno. In realtà **le fasi di un viaggio sono tre: la preparazione, il viaggio stesso e ciò che ne rimane.**

La **prima fase** può durare a lungo o essere un momento fugace, ma è **spesso carica di aspettative**, immaginazione e, talvolta, anche di un po' di ansia.

La **seconda fase**, quella del viaggio stesso, è **il cuore pul-**

sante dell'esperienza. È il momento in cui tutte le aspettative si materializzano, a volte confermandosi, altre volte sorprendendoci con imprevisti. È una fase che ha un tempo ben delimitato, fatto di giorni, ore e minuti. Ma nonostante questo, le esperienze vissute possono essere talmente intense da sembrare infinite.

È però **la terza fase ad essere la più intrigante, perché è quella che rimane addosso** o dentro di

noi per un periodo indefinito. È la fase che ci accompagna al ritorno a casa, quando il viaggio fisico è terminato, ma il viaggio interiore continua. Questa fase può durare giorni, mesi o addirittura anni, poiché **ciò che abbiamo vissuto durante il viaggio si sedimenta dentro di noi, arricchendoci e, a volte, cambiandoci.**

Mi trovo a scrivere ora, di ritorno da un viaggio estivo in Francia, sotto il sole della mia città, rinfrescato e consola-

to da un goccio di **Sathenay Crème de Cassis** dentro un bicchiere di rosé provenzale, e ripassando nella testa ciò che mi manca del tempo appena trascorso. Le immagini delle colline di **Provenza**, dei piccoli villaggi incastonati tra i vigneti, delle stradine acciottolate che sembravano sussurrare storie antiche.

E mi rendo conto che indosso un cappello di paglia intrecciato, altro ricordo di viaggio,





SOT07169

SOTOL



SOT06203

SOTOL

Texas



SOT06230

SOTOL

Venezuela



NEW

COC07958

COCUY



CHR07113

CHARANDA



SOT07179

SOTOL



RAI06128

RAICILLA



POX06174

POX



Libano



LIQ007086

LIQUORE



VER07337

VERMOUTH

LE FASI DI UN VIAGGIO SONO TRE: LA PREPARAZIONE, IL VIAGGIO STESSO E CIÒ CHE NE RIMANE.

stavolta in **Messico**, ad inizio anno: l'ho comprato mentre visitavo le **rovine azteche di Teotihuacan**, per ripararmi dal vento caldo che mi bruciava le labbra. Ricordo ancora la sensazione del sole cocente sulla pelle. Di lì a poche ore mi sarei immerso nel confortante cibo messicano e nelle unicità dei distillati locali. **Me lo ricordo come fosse ora, il cartello "mezcales y comida"** subito fuori dal sito archeologico: scorrevo la lista dei distillati di agave, avido di saperne di più, con la voglia di conoscere qualcosa che non avevo mai provato.

Il Messico è un paese che colpisce i sensi con una forza

Messico



CIN06204

GIN/SOTOL

quasi travolgente: i colori vividi dei mercati, il sapore deciso del cibo, il calore della gente.

Ogni angolo nasconde una storia, e ogni incontro è un'opportunità per scoprire qualcosa di nuovo. Dopo qualche giorno, sarei andato a Oaxaca, quindi il mezcal me lo riservavo per quel momento. Allora Sotol! Che caspita è il Sotol?! Non me lo sapeva spiegare nemmeno il cameriere. Il modo migliore per saperlo era immergersi in quella dolcezza terrosa, in quei sentori caseari, in quelle fermentazioni lunghe che lasciano il segno anche sul distillato: **Oro de Coyame, Sotoleros**.

Il primo sorso di Sotol è stato una rivelazione: una bevanda



CIN06130-01

GIN



così complessa e ricca di sfumature che sembrava volerti sussurrare all'orecchio le caratteristiche della terra da cui proveniva. E poi un ultimo colpo di grazia prima di ripartire: **la Rai-cilla Ninfa della Sierra Madre**. Ebbro di novità, sazio di vita. Questo è ciò che dovrebbe sentire un viaggiatore, anche senza andare lontano. E poi torni, e ti ricordi le parole di Roberto, l'amico che ti dava consigli prima di partire: "Vedrai, il Messico ti si appiccica dentro, vorrai solo tornare e ritornare". Accidenti se aveva ragione! È una sensazione che conosco bene, quella nostalgia mista a desiderio di esplorare ancora. Ti entra sottopelle e non ti lascia più.



RUM05464

Giappone

E quella è la terza fase del viaggio: ciò che rimane addosso. Un misto tra malinconia ed eccitamento, nel quale senza accorgertene ti trovi a fantasticare su cosa hai vissuto e cosa vuoi ancora conoscere, su quale sarà il prossimo capitolo o su come vorresti riscrivere quello appena scritto. **Le esperienze vissute si intrecciano con le aspettative per i futuri viaggi**, creando un flusso continuo di pensieri e ricordi. La routine quotidiana riprende il suo corso, ma basta poco per riaccendere il ricordo del viaggio: un profumo, un sapore, una musica, e subito ti ritrovi di nuovo lì, a rivivere quei momenti. Appena hai l'occasione cerchi di riassaporare il viaggio:

Jamaica



RUM06834

Cabo Verde



RUM06226



RUM06148

Madeira



RUM07955

Haiti

NEW

come quando leggi sul menu di un bar "Pox Siglo Cero", distillato di canna da zucchero e mais messicano. Lo assaggi e, anche se sei seduto nel dehor di un caffè storico torinese, ti si riaccende subito la scintilla del ricordo.

Poi magari, **siccome sei a Torino, provi un vermouth, epperò è un vermouth rosso argentino, il Giovannoni**. Ti sembra un'idiosincrasia ma in fondo tutto torna: tanti sono gli italiani che cent'anni fa in Argentina hanno portato le loro abitudini. Com'è bello vedere che un argentino dalle origini italiane - Tato Giovannoni, per l'appunto - ora fa un vermouth in Argentina, e tu lo stai bevendo nella città che ha consacrato il mito di questo vino



India

WHI06770-T

Islanda



WHI07238

Libano



WHI07089



WHI06139-01

Messico



WHI07076

rinforzato? Sono tutte storie di viaggi e viaggiatori, di gente pragmatica o di sognatori.

Di giri strani che a volte ritornano... magari dopo cent'anni. E chissà che anche Edoardo Nono non abbia deciso di fare il suo **Mr. Three & Bros Falernum** di ritorno da un viaggio a Long Pond in Jamaica.

E chissà come gli è venuto in mente ai texani di **Desert Door** di fare un Sotol e ai giapponesi di **Santa Maria Gold** di fare un Rum...

Senza saperlo, anche se non conosci le storie, in fondo lo sai cos'è successo: è successo che **quando si viaggia si sa quando si parte e quando si torna. Ma non si sa mai quando si finisce.**

Olanda



WHI04160-A



E QUELLA È LA TERZA FASE DEL VIAGGIO: CIÒ CHE RIMANE ADDOSSO. UN MISTO TRA MALINCONIA ED ECCITAMENTO.



Loch Lomond e Glen Scotia

DI
MARCO
MALTAGLIATI

POESIA A CONFRONTO

Io amo il whisky perché amo la Scozia. Fu amore a prima vista per il suo territorio selvaggio, per i paesaggi che cambiano di continuo, per i colori che confortano la vista e la natura incontaminata che ti sveglia la mattina con i bramiti dei cervi e ti accompagna di giorno con lo scrosciare dei suoi torrenti. Qui la linea dell'orizzonte non è mai definita: oltre a donare un grande senso di libertà, permette alla fantasia di viaggiare senza limiti accompagnata dal fruscio del vento, dal canto degli uccelli e dal suono di cornamuse.

La Scozia è un viaggio introspettivo: qui, seduti in cima ad una collina, si impara a parlare col silenzio e si ha la sensazione di essere catapultati in una dimensione parallela dove il contatto stretto con la forza degli elementi ti fa capire che sei parte di qualcosa di importante e meraviglioso.

Quando si approccia uno scotch whisky occorre per forza ricordare dove nasce e quello che racchiude all'interno del suo liquido, perché **in ogni whisky oltre a orzo maltato viene distillata anche la magia della terra scozzese.** Uscito dall'aeroporto di Edimburgo, dopo aver ritirato la macchina a no-

leggio ed essersi abituati alla guida a destra, ci dirigiamo verso **Loch Lomond**, che non è solo il lago più grande del Regno Unito, circondato da colline incantate e foreste misteriose. Loch Lomond è anche una distilleria. Architettonicamente non è romantica e non colpisce per la bellezza dei suoi edifici, ma ciò che la rende speciale è la particolarità dei malti che i suoi alambicchi riescono a distillare. **Il suo spirito infatti rispetchia appieno il territorio dove nasce: le Highlands scozzesi.** Fruttato floreale e mieloso, deciso e persistente, oltre all'orzo maltato gli alambicchi della distilleria riescono a estrapolare anche un po' della misteriosità del lago e l'infinito della nebbia che abbraccia le cime delle colline circostanti. Se chiudiamo gli occhi dopo il primo sorso, possiamo percepire il gusto e il profumo di questa magia. **In distilleria si produce inoltre anche del whisky torbato davvero unico. Il motivo è dovuto alla torba usata che non proviene dal mare, ma dall'entroterra e riesce a conferire al whisky un sentore fumoso che ricorda i barbecue estivi, le querce secolari ai bordi delle torbiere e le loro foglie cadute.**



WH107452-A



WH107453-A

LA SCOZIA È UN VIAGGIO INTROSPETTIVO: QUI, SEDUTI IN CIMA AD UNA COLLINA, SI IMPARA A PARLARE COL SILENZIO STANDO A STRETTO CONTATTO CON LA FORZA DEGLI ELEMENTI.



LA DISTILLERIA GLEN SCOTIA SI AFFACCIA SU UNA MERAVIGLIOSA BAIA CHE FA DA PICCOLO PORTO.



Costeggiando il lago ci dirigiamo verso l'oceano Atlantico: non si può restare indifferenti di fronte a valli che sembrano abbracciarti e con una dolce carezza ti aiutano a fare passi montani di rara bellezza per poi lasciarti al cospetto della potenza dell'oceano. Ci dirigiamo verso **Campbeltown una città leggendaria per la produzione del whisky. Questa zona, infatti, ha goduto in passato della sua posizione isolata** – pensate che qui ancora oggi non arriva la ferrovia! – **per ospitare più di 70 distillerie**, tutte al riparo dagli ispettori doganali e protette dall'unica strada disponibile per arrivarci. La strada è la stessa ancora oggi, affiancata da verdi colline punteggiate talvolta da pallini bianchi, le pecore, sulla sinistra e dalla costa battuta dalle onde dell'oceano sulla destra. **La distilleria Glen Scotia è una delle tre rimaste attive:** di stile



WH107447-A

architettonico vittoriano si affaccia su una meravigliosa baia che fa anche da piccolo porto. Il profumo di mare si mischia con quello dell'erba fresca e umida donando così a questi whisky una linea aromatica unica, con malti dal carattere persistente e mai scontato. **Qui gli alambicchi riescono a distillare anche un po' di acqua di mare dando una nota salmastra** che ritroviamo sulle labbra riportandoci alle vacanze estive adolescenziali e al ricordo dei primi baci dati: burro cacao all'acqua di mare. Il whisky ha un legame profon-

do con la sua terra d'origine. **La bevuta di un whisky non è mai banale**, ma non perché sia una passione elitaria o difficile da capire, anzi! Per comprendere ciò che si ha nel bicchiere, basta sapersi ascoltare, non avere timore di legare ai profumi e ai sapori alcuni momenti della nostra vita e riuscire a condividerli con chi ci è vicino. Se poi, seduti sul divano di casa propria, ci sembrerà di sentire suonare in lontananza delle cornamuse, non preoccupatevi: questa è la magia scozzese racchiusa nel bicchiere.



WH107459-A

Scotland

L'arte DISTILLATA

DI
DENIS
BERNINI



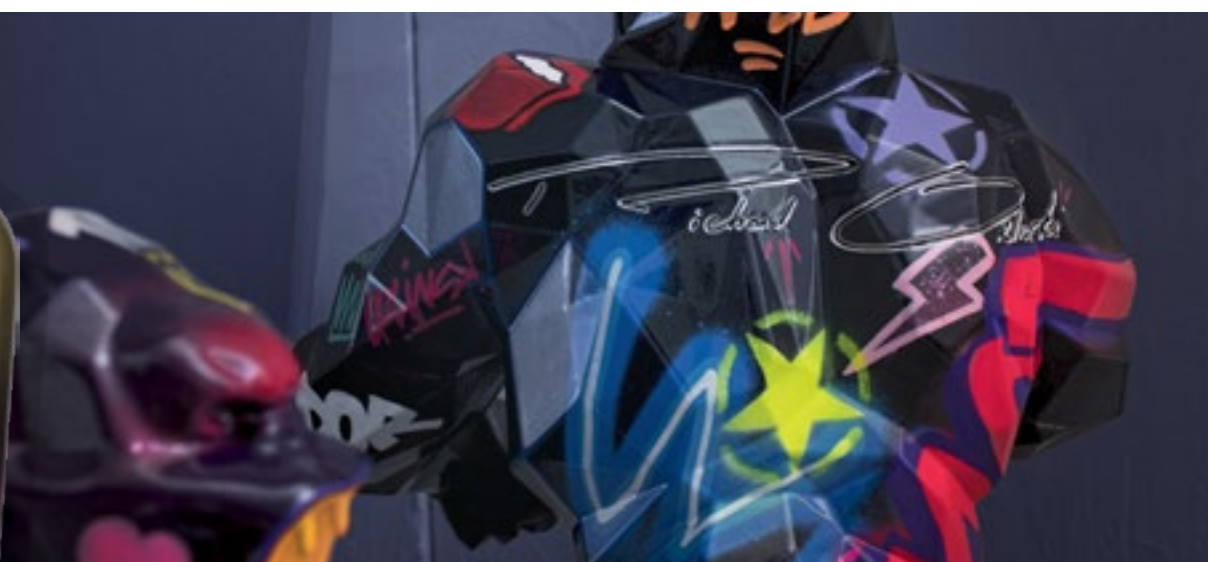
RUM07619-A



Dictador Rum è diventato un simbolo di eccellenza nel mondo dei distillati premium, combinando la maestria dell'invecchiamento con un forte legame con l'arte e il design di lusso, ma come siamo arrivati a questo? La distilleria utilizza

botti di rovere bianco americano per affinare il rum, un processo che può durare da 12 a 40 anni (e oltre). Questo lungo periodo di invecchiamento conferisce al rum un profilo aromatico ricco e complesso, ma allo stesso tempo naturale, caratterizzato da note

di vaniglia, caramello e spezie. Per affrontare un mercato globale del rum premium in continua evoluzione, con una crescita annuale del 6% e una previsione di 12 miliardi di dollari entro il 2026, abbiamo tracciato un percorso che chiamiamo Arte Distillata.



Celebriamo anche le nostre radici colombiane attraverso il progetto Mopa Mopa, che coinvolge artigiani locali nella decorazione delle bottiglie con tecniche tradizionali. Ogni bottiglia diventa così un omaggio alla cultura colombiana, arricchita da motivi intricati e colorati secondo un processo prettamente "handmade".

Sotheby's ha ampliato la portata delle nostre edizioni limitate, raggiungendo un pubblico globale, mentre quella con BlockBar ci ha introdotto nel mondo degli NFT, combinando tradizione e innovazione tecnologica attraverso la digitalizzazione delle nostre referenze Fine and Rare.

Siamo fortemente concentrati su metodi alternativi di comunicazione e co-branding, come le collaborazioni con Sotheby's e BlockBar. La partnership con

Con il nostro lavoro cerchiamo di offrire un'esperienza multisensoriale che coniughi passato e presente, arte e gusto, con l'obiettivo di diventare un punto di riferimento per l'intera categoria dei Brown Spirits.

RUM07626-A



RUM07631-A



Una delle nostre collaborazioni principali è con Richard Orlinski, scultore francese di fama mondiale noto per le sue opere pop-art, che ha trasformato le nostre bottiglie in sculture moderne, rendendole pezzi da collezione estremamente ricercati.

Questo progetto ha portato a un'evoluzione che cambierà completamente le regole del gioco, si tratta di un'anteprima mondiale e una rivoluzione nel mondo dei Rum super premium: **The Game Changer**. Un progetto che coinvolge più di dieci Paesi mondiali a cui Orlinski ha dedicato un colore specifico con tiratura limitata.

Un'altra collaborazione di prestigio è con Lalique, storica maison di cristalli. La prima edizione del decanter creato con Lalique è stata aggiudicata tramite Sotheby's per 60.000 dollari, sottolineando l'importanza di queste "Limited Edition".



Demerara DISTILLERS limited

IL "MUSEO" PIÙ
IMPORTANTE DELLA
STORIA DEL RUM SI
TROVA IN GUYANA,
ALLA DEMERARA
DISTILLERS LIMITED

DI
JIMMY
BERTAZZOLI



In un certo senso, potremmo affermare che il "museo" più importante della storia del Rum si trovi in Guyana, alla Demerara Distillers Limited, dove però è ancora tutto funzionante. Alambicchi leggendari che hanno dato vita a liquidi unici sono perfettamente mantenuti in quello che è un progetto sviluppato negli anni sotto la guida di **Yesu Persaud** (scomparso nel 2022) e **Komal Samaroo**, che riunisce tutto sotto il tetto della **Diamond Distillery**.

Oggi **El Dorado Rum**, rappresenta un marchio d'eccellenza nel mondo del rum e la sua eccellenza risiede proprio nella sua eccezionale composizione.

Nel 1908 la Guyana aveva ben 44 distillerie di rum che sono diventate 8 all'inizio degli anni 60; nell'arco di quarant'anni, 7 hanno dovuto chiudere e oggi rimane attiva, per l'appunto, solo la Diamond Distillers che oltre ad a produrre il rum a marchi Diamond ha incorporato alambicchi leggendari provenienti da quelle ormai chiuse: Enmore, Port Mourant, Versailles, Diamond.

La distilleria gode della risorsa vitale rappresentata dal fiume Demerara, da cui attinge attraverso pozzi acque incredibilmente ricche di minerali.

Diamond distilla da melassa proveniente per l'80% dagli zuccherifici situati in Guyana, il restante deve importarlo per

soddisfare una produzione di circa 20 milioni di litri l'anno.

Nell'ultimo decennio la DDL ha fatto investimenti per alimentare le sue caldaie a **biogas**, ottenuto dagli scarti della distilleria e dal letame animale, anziché utilizzare combustibile pesante, riuscendo a soddisfare oltre il 30% del fabbisogno operativo.

La formazione del mosto è piuttosto classica e avviene con l'aggiunta di lieviti selezionati secchi in grandi tank da 100mila litri, di cui 5 sono a cielo aperto favorendo uno sviluppo di congeneri maggiore.

Tra tutti gli alambicchi presenti, i più celebri sono **Port Mourant** ed **Enmore**.

Port Mourant è un pot Still double retort con la vasca di cottura ricoperta in legno Grenhart e costantemente mantenuto umido per mantenerne la tenuta. Enmore invece è una doppia colonna Coffey anch'essa in legno, un monumento installato originariamente nel 1880 nella tenuta Enmore che dà vita al mark EHP (Edward Henry Porter). Oggi Enmore è l'ultimo Coffey in legno operante al mondo.

La collezione **El Dorado Single Still** rappresenta il vero e proprio heritage della DDL con rum dal profilo aromatico identificativo del singolo alambicco.

La collezione **The Last Cask**, imbottigliamenti in serie molto limitata che sono la firma del master distiller, ormai scomparso, George Ro-

binson, esprime l'eleganza, la complessità e l'armonia di assemblaggi del millennio scorso che non potranno più essere riprodotti.

La gamma **El Dorado** oggi può contare su una diversità di stili e di profili aromatici come nessun'altra realtà tra Caraibi e Sud America.



RUM06523



RUM06530



RUM07653

RUM07312

RUM07646



INDICE ALFABETICO
DEI PRODOTTI



Armagnac

DOMAINE DE LAUBUCHON pag. [65](#)

Birra

TESTADARIETE pag. [36](#)

Bitter

FEE BROTHERS pag. [31/47/69](#)

JEFFERSON pag. [27](#)

ROUGE pag. [13/33/50](#)

Cachaça

MAGNÍFICA pag. [32](#)

Calvados

CHARLES DE GRANVILLE pag. [65](#)

COQUEREL pag. [57](#)

Cane spirit drink

CHARANÍ pag. [76](#)

Cocuy

SAROCHE pag. [77](#)

Cognac

COUTANSEUX pag. [57/65](#)

FERRAND pag. [57/65](#)

POIRES DE VIE pag. [59](#)

Genever

OTENBA pag. [41](#)

Gin

400 CONIGLI pag. [25](#)

AKORI pag. [25](#)

BLUECOAT pag. [67](#)

BOND STREET pag. [48](#)

BOSQUE pag. [17](#)

CACAO ETHIQUE pag. [41](#)

CANAIMA pag. [37](#)

CAORUNN pag. [17](#)

CITADELLE pag. [13/49](#)

ELEPHANT pag. [17/47](#)

FISHERS pag. [17](#)

GIL pag. [16/53](#)

GIN MARE pag. [37](#)

GINNASTIC pag. [20](#)

LAST EPISODE pag. [41](#)

MARTIN MILLER'S pag. [17/45](#)

MG pag. [32/50](#)

NO. 209 pag. [48](#)

PRINCIPE DE LOS APÓSTOLES pag. [77](#)

SABATINI pag. [48](#)

SAKARI pag. [41](#)

VOR pag. [14](#)

WILD GARDEN pag. [37](#)

Liquore

ABRACADABRA pag. [52](#)

ARAK pag. [77](#)

BERGAMOTTO FANTASTICO pag. [51](#)

DIAMANTE pag. [51](#)

DOPOLAVORO pag. [52](#)

DRY CURAÇÃO pag. [47](#)

ELEPHANT pag. [41](#)

FRACK pag. [52](#)

GIOCONDO pag. [41/54](#)

INTERVALLO pag. [52](#)

JEFFERSON pag. [55](#)

MADAME MILU pag. [51](#)

MANDRAGOLA pag. [59](#)

MANFREDI pag. [19/59](#)

MERAVIGLIOSO pag. [54](#)

MR. THREE & BROS pag. [50](#)

ROGER pag. [51](#)

SALVIA & LIMONE pag. [15](#)

SATHENAY pag. [51](#)

SAKARI pag. [34](#)

STOLEN X pag. [24](#)

THE GIBSON pag. [27/50](#)

VALHALLA pag. [14](#)

WASHINGTON pag. [54](#)

Low

SABATINI pag. [29](#)

Mezcal

APRENDIZ pag. [37](#)

DON MATEO pag. [37](#)

TIO PESCA pag. [15](#)

VAGO pag. [41](#)

YUU BAAL pag. [33](#)

PESCADOR DE SUEÑOS pag. [65](#)

Pisco

CAMPO DE ENCANTO pag. [32](#)

Porto

QUINTA DAS CARVALHAS pag. [57](#)

REAL COMPANHIA VELHA pag. [64](#)

Pox

SIGLO CERO pag. [76](#)

Raicilla

NINFA pag. [76](#)

Ready to drink

ELEPHANT pag. [65](#)

SABATINI pag. [65](#)

Rum

AGRICOLA DA MADEIRA pag. [78](#)

CANEROCK pag. [11](#)

DICTADOR pag. [16/61/84-85](#)

DIPLOMÁTICO pag. [59](#)

EL DORADO pag. [86-87](#)

EL RON PROHIBIDO pag. [24](#)

LONG POND pag. [78](#)

MONYMUSK pag. [59](#)

PALMARE pag. [24](#)

PLANTATION pag. [12/16/31](#)

PLANTERAY pag. [11/61](#)

SAINT BENEVOLENCE CLAIRIN pag. [78](#)

SANTISIMA TRINIDAD DE CUBA pag. [31](#)

SANTA MARIA pag. [78](#)

THE DEMON'S SHARE pag. [24](#)

VULCAO GROGUE pag. [78](#)

Sake

SAKARI pag. [34](#)

Sodato

AQUA MONACO pag. [26/29](#)

MATCH TONIC pag. [23/28](#)

TEQUIERO PREMIX PALOMA pag. [72](#)

Sotol

DESERT DOOR pag. [77](#)

LECHUGUILLA pag. [76](#)

ORO DE COYAME pag. [76](#)

SOTOLEROS pag. [76](#)

Tequila

123 ORGANIC TEQUILA pag. [37](#)

KOMOS pag. [65](#)

LOS ARANGO pag. [37](#)

OCHO pag. [47](#)

TEQUIERO REPOSADO pag. [72](#)

VECINDAD pag. [33](#)

Vermouth

GIOVANNONI pag. [77](#)

Vermouth di Torino

CARLO ALBERTO pag. [13/33/47/65](#)

Vino

ALTESSE pag. [35](#)

FATTORIA ALBATRELLA pag. [35](#)

IL FOLLE pag. [35](#)

SÉLÉNÉ pag. [35](#)

VINECOL pag. [35](#)

ZAHEL pag. [35](#)

Vodka

FROGGY B pag. [23](#)

MEILI pag. [15](#)

KEYRYE pag. [32](#)

KOSKENKORVA pag. [14](#)

Whiskey

FEW pag. [38/69](#)

MATTHEW pag. [16/58](#)

HEAVEN'S DOOR pag. [63](#)

RARE HARE pag. [63](#)

SIERRA NORTE pag. [79](#)

WIDOW JANE pag. [67](#)

Whisky

ANCNOC pag. [16/63](#)

BM SIGNATURE pag. [58](#)

BRENNE pag. [63](#)

FLÓKI pag. [79](#)

GLEN SCOTIA pag. [62/83](#)

HANKEY BANNISTER pag. [32](#)

HEAVEN'S DOOR pag. [38](#)

INDRI pag. [79](#)

KENSEI pag. [38](#)

KINGSBARNs pag. [58](#)

LEVANT HIGHLANDS pag. [79](#)

LOCH LOMOND pag. [62/80](#)

MC CALLUM pag. [62/64](#)

MC CONNELL'S pag. [63](#)

MILLSTONE ZUIDAM pag. [79](#)

NOBLE REBEL pag. [38](#)

OLD PULTENEY pag. [62-63](#)

OLE SMOKY pag. [24](#)

PEAT'S BEAST pag. [62](#)

PROHIBITED LEY SECA pag. [79](#)

REST & BE pag. [64](#)

SPEARHEAD pag. [32](#)

SPEYBURN pag. [58](#)

TOKINOKA pag. [38](#)

WEMYSS pag. [62/64](#)



STAGIONE 2

OROBORO

COMPAGNIA DEI CARAIBI