

ASSOCIAZIONE BARMEN ITALIANI

THE BAR

LA RIVISTA UFFICIALE DI A.B.I. PROFESSIONAL

*Cocktail
Challenge 2023*





A.B.I.
PROFESSIONAL
ASSOCIAZIONE
BARMEN
ITALIANI

“The Bar” Seasonal Digital Edition

Il magazine dell'Associazione Barmen Italiana A.B.I. Professional

Anno: 2°

Numero: N°5 Giugno 2023

Responsabile: Carmine Mattia Perciballi
 redazionethebar@gmail.com

Redazione: Silvano Evangelista
 redazionethebar@gmail.com

Pubblicità Gianmario Artosi
 redazionethebar@gmail.com



EDITORIALE DEL PRESIDENTE

Bernardo FERRO
 Presidente ABI Professional

Bernardo Ferro

Bernardo Ferro Presidente A.B.I. Professional

Amici, Colleghi un caro saluto a tutti Voi.

Quando Mattia mi illustrò il progetto di questa rivista rimasi colpito per ciò che avrebbe fatto insieme al gruppo di lavoro che, nonostante gli impegni personali e lavorativi, si sono prodigati ad inviare contenuti alla Redazione.

Ma dopo un anno debbo dire che la rivista ha dato dei risultati superiori alle aspettative e questo sprona tutto il gruppo a fare meglio e a regalarci articoli ed argomenti ancora più emozionanti.

Cosa dire?

Oltre all'essere entusiasta dei risultati ottenuti, con queste poche righe, voglio ringraziare personalmente e a nome di tutto il Comitato Esecutivo di ABI Professional Mattia e tutti i Soci, coloro i quali, si impegnano tutti i giorni a cercare argomenti da sviluppare e da farci leggere. Sono convinto che questo progetto porterà ancora più visibilità e lustro alla nostra amata Associazione, e questo è l'esempio lampante che lavorando in gruppo, organizzando il lavoro, comunicando, dedicando all'Associazione una parte del proprio prezioso tempo i risultati arrivano.

E se dopo 1 anno i risultati sono questi posso tranquillamente affermare che abbiamo puntato la nave nella direzione giusta e ancora più in alto arriveremo.

Buon compleanno “THE BAR”



sommario

- 3 Editoriale del Presidente**
A cura di *Bernardo Ferro*
- 5 Trofeo Piazza San Marco**
A cura di *Gianni Rebecca*
- 6 Cocktail Vs Food**
A cura di *Federico Olivieri*
- 8 Il Dry Martini**
A cura di *Daniele Dagradi*
- 11 Il Negroni di Fosco**
A cura di *Paolo Baldini*
- 16 Concorso Regionale Sezione Sicilia**
A cura di *Sezione Sicilia*
- 18 Rhum della Martinica A.O.C.**
A cura di *Giorgio Fabrizi*
- 22 Fare Turismo Roma 2023**
A cura di *Giorgio Fabrizi*
- 25 The Bar... Book i libri consigliati**
A cura di *Ernesto Molteni*
- 27 Taketsuru mito del sol levante**
A cura di *Giorgio Fabrizi e Perciballi Carmine Mattia*
- 35 Macis Arillo**
A cura di *Mauro Leardini*
- 37 Un cocktail, un bicchiere**
A cura di *Mirko Salvagno*
- 38 5 domande a...**
A cura di *Simone Braschi*
- 40 Quattro cocktail con Vergnano**
A cura di *Tony Congia*
- 42 Caffè bio, il sapore della terra**
A cura di *Simone Toppi*
- 44 Concorso Regionale Sezione Lazio-Umbria**
A cura di *Perciballi Carmine Mattia*
- 49 Formazione Post-Diploma**
A cura di *Gianmario Artosi*
- 50 L'intervista**
A cura di *Fiorenzo Colombo*
- 53 Angostura, storia sudamericana**
A cura di *Paolo Azzoni*
- 55 Prodotti in vetrina**
A cura di *Deborah di Maggio*
- 56 La nascita della distilleria caffo**
A cura di *Lubieri Francesco*
- 61 The Bar Beer**
A cura di *Francesca Bacile e Valerio Moccia*
- 63 Il Mexcal di oxaca**
A cura di *Gerardo Ramirez Alvarado*



Organigramma del consiglio

Trovate il nostro organigramma completo e sempre aggiornato con tutti i nostri contatti sul nostro sito internet.

www.abiprofessional.it





“Trofeo Piazza San Marco”

L'edizione 2023 del trofeo Piazza San Marco svoltasi lo scorso 17 aprile al Caffè Florian si è rivelata per il secondo anno consecutivo una grande kermesse di assoluto interesse.

L'evento patrocinato dalle Associazioni Abi Professional sezione veneto e da Associazione Piazza San Marco è stato sostenuto dal Main Sponsor Campari e da altri prestigiosi partner quali Ceado, Poli distillerie, Bristot caffè, Volare, Kranebet, consorzio promo vetro di Murano, Barbini specchi veneziani, Alpitour, Aperitivo Italiano Flamigni e il prestigioso hotel di lusso “Ca' di Dio”.

Quest'anno la gara è stata resa ancor più interessante e comprensibile a tutti grazie alla brillante presenza del presentatore Domenico Sorgente.

Il Caffè Florian “teatro dell'evento” ha ospitato quest'anno 20 concorrenti più l'ospite detentrici del titolo Giulia Socia ammessa di diritto.

Al via, dieci minuti per ideare una ricetta con i prodotti offerti dagli sponsor e rivelati lo stesso giorno dai responsabili di Abi Professional all'interno della location che ha ospitato la manifestazione questa la modalità con la quale si è svolto il concorso.

Ad aggiudicarsi il primo premio, un prestigioso trofeo realizzato ad HOC dal consorzio promo vetro di Murano, è stato Renato De Marchi, affermato bartender che opera sul Venice Simplon Orient Express, con un drink sensazionale a base di whisky.

A giudicare i drink e la loro realizzazione una giuria di esperti e amatori tra cui anche l'assessore al commercio e alle attività produttive del Comune di Venezia Sebastiano Costalonga, che ha dimostrato sin dalla prima edizione la volontà nel lavorare insieme per portare la prossima edizione dell'evento direttamente in piazza San Marco.

Non ci resta che attendere la terza edizione.

A cura di Gianni Rebecca



“Cocktail Vs Food”

“Siamo quello che mangiamo”... celebre frase del filosofo tedesco Ludwig Feurbach; e ancora: “Non ci può essere una bella vita dove non c'è buon bere” ... diceva Benjamin Franklin... mangiare e bere, due cose semplici che facciamo ogni giorno, senza quasi mai farci caso, per naturale sopravvivenza, per gioia, per tristezza, per rabbia, per stress, per gola o dipendenza.

Ma come possono due cose così semplici nascondere in sé qualcosa di più complesso? Come possono due azioni così naturali, essere così correlate da legame costruttivo e distruttivo nella vita dell'uomo stesso?

Andiamo con ordine, abbiamo già appurato che grazie alla scienza medica e all'arte della distillazione, abbiamo ottenuto conoscenze su liquori e distillati, sappiamo inoltre che grazie alla diversa morfologia del territorio e le diverse condizioni climatiche si sono sviluppate numerose e, variegata specie di fauna e flora su tutto il globo e, che grazie all'evoluzione dell'uomo e allo sperimentare nuove forme di “produzione”, negli anni si sono fatti passi avanti sul modo di cucinare, distillare e trattare diversamente qualsiasi materia prima.

Infatti basta una piccola variante su qualcosa di abituale per darle magari un tocco in più o in meno.

Proviamo a fare un esempio, aggiungendo la mentuccia ai carciofi diamo una spinta di freschezza e gradevolezza ad una pietanza dal sapore deciso e ferroso, lo stesso vale mettendo la menta nel mojito, che presenta il sapore deciso e focoso del ron e la spigliata acidità del lime, insomma è bastato un solo ingrediente per esaltare sia il nostro bere che il nostro mangia-

re, quindi questa cosa potremmo ribaltarla anche al negativo... può bastare un pizzico di sale in più e rovinare una pietanza e una bevanda o un cocktail.

Quindi adesso che abbiamo ben chiaro come ci può essere correlazione tra il nostro bere e mangiare, possiamo passare allo step successivo, prendiamo ora come esempio il vino, citando una frase che tutti almeno una volta nella vita, abbiamo sentito: “ Il rosso con la carne, il bianco con il pesce”.

Sì, sono sicuro che questa frase vi è già arrivata all'orecchio, ma vi siete mai fermati un secondo oltre la standardizzazione della frase a pensare il perché di essa? Vi siete mai fermati a pensare a quale funzione è dedicata questa frase?

Bene, questo tipo di combinazione che ci suggerisce la frase ha un solo semplice obiettivo, migliorare il pasto rendendo così la nostra esperienza migliore.

Semplicemente l'abbinamento svolto serve a portare neutralità nella nostra bocca, così da assaporare ogni singolo boccone come una nuova esperienza mistica, ad esempio la forte struttura e tannicità del rosso serve ad attenuare la copiosa succulenza della carne, così da non creare troppa ridondanza sul nostro palato; allo stesso modo se dovessimo abbinare un rosso da 14/15° ad un pesce dal sapore delicato, rischieremo di coprire col vino il sapore del pesce e quindi di rovinare il tutto.

Per questo una accurata scelta dell'abbinamento mangiare/bere fa sì che la nostra cena, pranzo o aperitivo possa essere un viaggio meraviglioso o una discesa agli inferi; ecco qui che di conseguenza possiamo spiegare le due frasi con cui abbiamo aperto l'articolo; aggiungendo inoltre che un buon bere unito ad un buon mangiare fa bene sia al nostro morale che alla nostra salute.

Proprio per questo negli ultimi anni tutti gli chef del mondo si sono molto interessati e aperti all'argomento dell'abbinare un buon mangiare al buon bere, arrivando addirittura a studiare insieme ai barman colleghi di settore un modo per abbinare pietanze ai cocktail.

Ma se fossimo a casa e non in un ristorante come facciamo noi semplici persone ad abbinare un piatto ad una bevanda?



Ci sono delle regole da seguire, che potremo riassumere in tre semplici regole di abbinamento:

Abbinamento Complementare:

L'alimento da una spinta al cocktail e viceversa.

Abbinamento Contrastante:

Un alimento forte con un cocktail abboccato e tendente al dolce.

Abbinamento intonato:

Il cocktail ha note che sono presenti anche nella pietanza (l'esempio della menta carciofi e mojito per capirci).

Possiamo inoltre seguire altri consigli utili come:

1. Applica una logica associativa (olio di oliva/ succo di agrumi)
2. Attenzione alle sfumature senza esagerare (bourbon o scotch/piatti a base carne)
3. Prendere spunto dalle erbe presenti nei cocktail senza eccedere (gin/rosmarino - tequila/salvia - carciofi alla romana/mojito)
4. Non esagerare con l'alcool poiché rende il piatto difficile da gustare (meglio una gradazione alcolica simile a quella di una bevanda fermentata)
5. Meglio abbinare ad ogni portata, cocktail con la stessa base di distillato, partendo sempre da quello che contiene più alcool.
6. Meglio un long drink ad un drink più strutturato (ma non è regola o legge ovvio).

Dunque se volessimo fare un altro piccolo esempio di abbinamenti tra cibo e distillati o liquori:

- Carne di manzo - Whisky/Mezcal Ancestral
- Carne di maiale - Rum
- Carne avicola - Tequila/Mezcal Artesanal
- Frattaglie (es. fegatini) - Vermouth morbidi
- Pesce affumicato - Vodka/Gin anche infusi con pimentos
- Ostriche - Scotch/Gin
- Cioccolato - Bourbon/Ron Solera

Orunque con queste piccole basi possiamo provare a sperimentare anche noi a casa, magari deliziando ospiti e parenti, cercando di rimanere aggiornati sui cambiamenti e sulle nuove scoperte, poiché una cosa è abbastanza chiara se beviamo bene e mangiamo bene, magari in buona compagnia siamo davvero tutti più felici!

Ah! quasi dimenticavo, ti capiterà anche di mangiare o bere cose che agli altri sembrano buone ma a te no, ricorda alla fine c'è una vera e primaria regola... "De Gustibus!!" ridi e goditi la serata che una buona compagnia è il mangiare e bere più sano e salutare che si possa desiderare.

a cura di Federico Olivieri



“ il Dry Martini ”

L'istrionico Cocktail, capace di cambiare nel tempo per adattarsi al meglio.

Il Re dei cocktail è così definito perché è il drink più famoso di tutti i tempi. Molti sono i personaggi dello spettacolo, noti artisti che hanno bevuto e preparato il Dry Martini descrivendolo con sfumature particolari spesso avvolte in un mistero che lo hanno spinto a diventare un protagonista, un mito. Tutto ciò ha fatto sì che aumentasse rapidamente la sua popolarità. Nel tempo ha conquistato il palato raffinato di uomini di grande cultura. Ma è trascorso quasi un secolo perché il Dry Martini raggiunse il suo profilo attuale grazie all'influenza di uomini d'affari, statisti e star del cinema. Oggi il Dry Martini è orgoglio di tutti i barman per il rituale seguito nelle molteplici preparazioni. Ma come tutti i racconti che si rispettano anche quella del Dry Martini si perde in tempi lontani diventando uno dei più grandi dibattiti al mondo: "gin o vodka, agitato o mescolato"! Anche il suo nome mette in connessione un'infinità di drink molti dei quali sono lontani dall'iconico cocktail che, se fatto ad opera d'arte, crea al primo sorso una superficie fredda volta a un brivido tonificante. Macchiato da gocce di oli di agrumi presenta una sottile sapidità e dona sensazioni capaci di stimolare l'acquolina. Essendo io stesso barman ho avuto l'onore di preparare diversi cocktail Martini e di aver avuto di fronte autorevoli intenditori che da un lato hanno stimolato la mia fantasia nella loro realizzazione classica e rivisitata e contemporaneamente mi hanno portato ad approfondire le mie conoscenze sulla storia questo affascinante drink. Chiedo scusa al lettore se quanto segue può apparire come un semplice elenco ma è doveroso citare gli aneddoti e le leggende che più hanno lasciato un segno nella sua storia. In questo mio lavoro il Martini sarà il protagonista in scenari di diverse ambientazioni e circostanze.



La genesi del Dry Martini è complessa e molte sono le versioni che attribuiscono la sua nascita e altrettanti sono i benefattori che potrebbero essere gli ideatori del cocktail.

Una delle ipotesi colloca le sue origini in Francia, da un musicista tedesco John Paul Aegius Schwartgendorf che emigrò in Francia nel 1758 e cambiò il suo nome in Jean Paul Aegide Martini. Egli amava bere una miscela di gin e vino bianco che ben presto si diffuse tra gli ambienti dei musicisti con il nome di Martini. Uno di questi musicisti potrebbe essere emigrato negli Stati Uniti portando con sé la ricetta. Da qui si potrebbe ritenere che la bevanda si diffuse cambiando la sua struttura e forma.

Si dice anche che il cocktail abbia origini negli Stati Uniti. Una delle storie sulle sue radici fa riferimento al nome di "Martinez". La ricetta fu citata in vari testi fra cui "The Modern Bartender" pubblicato nel 1884 da O Bayron; nel ricettario si evidenzia che il Martinez è una variante del Manhattan l'unico appunto è sostituire il Gin al Whiskey.

Successivamente nel 1888 nella seconda versione di Harry Johnson si legge la prima ricetta con il nome di Martini con indicazione dei suoi ingredienti: Old Tom Gin, Vermouth Dolce, Sciroppo di Zucchero, Orange Curacao Boker's Bitter, strizzata di buccia di limone.

Si narra anche che Jerry Thomas, il padre di tutti i barman nato nel 1830, non fu un grande inventore di cocktail ma un sublime esecutore capace di sorprendere i suoi clienti. Si dice dunque che Jerry Thomas abbia preparato nel 1862 il primo Martinez per un tale che era in viaggio da San Francisco verso la cittadina di Martinez. La svolta avviene soltanto nei primi del 900 con la diffusione negli Stati Uniti del Vermouth Extra Dry uno degli ingredienti che unito al gin aromatizza con sentori di botaniche finissime. Il cocktail comincia ad assumere sembianze simili all'attuale. Se si considera che Martini è una azienda leader del prodotto potrebbero esserci delle affinità sul nome del cocktail.

È in questo periodo che secondo il libro di John

Doxat "Stired not Shaken" si racconta che un Barman di Arma di Taggia dal nome Martini emigrato negli Stati Uniti creò, nel 1910 all'Hotel Knickerbocker di New York per l'industriale Rockefeller, questa miscela unendo in parti uguali gin e Vermouth extra dry Francese.

Nel 1920 arrivò il periodo del proibizionismo americano e lo spaccio delle bevande alcoliche continuò in condizioni di clandestinità. I locali in cui tali bevande venivano vendute erano numerosissimi; per la prima volta nella storia uomini e donne si incontravano negli speakeasy per bere insieme. L'alcol reperibile era quello illegale prodotto al chiaror di luna dai così detti "Moonshine"; spesso era il gin visto che era più facile da preparare attraverso tecniche di infusioni improvvisate a freddo. Si doveva camuffare le imperfezioni dei distillati con l'aggiunta di altri ingredienti; è il momento che il cocktail assume cambiamenti nelle sue proporzioni di gin e vermouth diventando più secco.

Ecco che il Martini assume diversi ruoli nella vita quotidiana raggiungendo la sua massima espressione artistica nel cinema e nei romanzi. È il caso del Dirty Martini. Si legge nel libro di David Wondrich che il cocktail nasce all'inizio del 1900 come variante al classico Martini cocktail da John E. O'Connor barman del Waldorf Astoria di New York.



Dirty Martini
60 ml di vodka
10 ml di vermouth dry
10 ml di salamoia di olive
decorazione: olive verdi

Si racconta che lo preparò al presidente degli Stati Uniti, Franklin Delano Roosevelt, famoso per aver abolito il proibizionismo e ricordato per essere stato il primo Presidente ad aver bevuto un cocktail Martini alla Casa Bianca e per averlo offerto a Stalin. Il cocktail si chiama Dirty perché è sporcato con la salamoia delle olive, elemento che aggiunse John E. O'Connor alla vodka e vermouth dry per caratterizzare il suo cocktail Martini. Ciò se ben equilibrato trasforma il drink con un gusto deciso, fine e sapido.

L'istrionico cocktail Martini è presente come protagonista anche nel film "Eva contro Eva" del 1950 diretto da Joseph L. Mankiewicz. Qui assume il ruolo di Gibson; ha gli stessi ingredienti del Dry Martini, ma è la presenza della cipollina in salamoia o agro dolce come decorazione complementare che fa la differenza indirizzando il drink ad un livello totalmente diverso dal classico Dry Martini. Il Gibson è stato un cocktail popolare tanto da entrare nei classici ricettari. Ricordo che questo fu l'unico film ad aver ricevuto quattro candidature agli Oscar per le interpretazioni femminili. Nella scena del film le protagoniste Betty Davis e Anne Baxter nella celebre battuta "prendete il salvagente c'è aria di tempesta" sorseggiano il cocktail Gibson. Ma è anche partecipe nella scena di dialogo sul treno in viaggio quando Cary Grant sorseggia il Gibson e flirta con Eva Marie Saint nel film North by Northwest diretto da Alfred Hitchcock.

Il Gibson è anche il drink che beve Maria Adele, protagonista nella mini serie la "Regina degli Scacchi" del 2001. La serie tratta dal romanzo di Walter Tevis, percorre la vita di una bambina talentuosa degli scacchi tra gli otto e ventidue anni quando, mentre cerca di diventare maestra di scacchi, lotta contro la dipendenza dell'alcol. Nella scena dell'aereo in viaggio verso Houston, Mara Adele sorseggia un Gibson offerto dalla mamma, ed esclama! "E' Buono, è un Martini?" La mamma risponde "Gibson..."

trovo che la cipolla sia più raffinata dell'oliva". Parallelamente ai suoi successi cinematografici, il Gibson o istrionico Martini, percorrendo la sua vita privata, lascia traccia a partire dalle sue origini.



Gibson
60 ml di gin
10 ml di vermouth dry
decorazione: cipolline
in agrodolce

Un'incredibile storia parla di un uomo di affari di San Francisco Walter DK Gibson che durante una riunione di lavoro con suoi potenziali soci chiese al cameriere del club di servire il Martini. Il suo però doveva contenere solo acqua fredda guarnito con cipolline al posto delle olive in modo da riconoscerlo e rimanere così più attento agli affari mentre gli altri bevevano.

Ma il Gibson è stato attribuito anche al famoso illustratore Charles Dana Gibson noto per aver creato le Gibson Girl, una figura rappresentativa della bellezza femminile che ha conquistato le donne alla fine del XIX secolo negli Stati Uniti.

Un'altra ipotesi poco credibile colloca la nascita del cocktail a Chicago negli anni venti. Due sorelle gemelle di nome Gibson amavano bere il Martini ma non tolleravano le olive e quindi ogni volta che chiedevano il Martini cocktail volevano due cipolline.

Il cocktail Martini è interprete con un aspetto diverso anche nel romanzo di Casinò Royal scritto nel 1953 dalla penna di Ian Fleming- divenuto famoso per aver creato il personaggio di James Bond, l'agente segreto di Sua Maestà, cosmopolita in codice 007, dallo sguardo affascinante che ottenne la licenza di uccidere. Nell'opera, James Bond conia la parola "shaken, not stirred" nell'ordinare il suo Martini classico in coppa da champagne al Barman del Casinò: Bond "Tre parti di Gordon's, una di Vodka, mezza di Lillet, agitato finché non è ben ghiacciato. Quindi aggiungi una fetta sottile di scorza di limone. Intesi?"

Barman " Certo Monsieur"

Bond " E' una mia invenzione. Quando avrò trovato il nome giusto, intendo brevettarlo".

Per questo ruolo viene chiamato "Vesper Martini"- in onore della protagonista femminile Vesper Lind. Bond è ammaliato dal suo fascino e dal misterioso nome dato dai genitori perché nata di notte ispirandosi ai "Vespri" le preghiere che si celebravano all'imbrunire.



Vesper Martini
60 ml di gin
15 ml di vodka
7,5 ml di lillet blode
decorazione: scorza di limone

Si narra che il cocktail sia una scelta di Fleming durante una delle tante frequentazioni del Bar Dukses di Londra. All'epoca il Barman Gilberto Preti preparava Martini con precisa alchimia, cocktail alla moda del tempo che si pensa possa avere ispirato lo scrittore per la bevanda perfetta del suo protagonista.

La richiesta di Bond di agitare e non mescolare il suo Vesper o la variante Vodka Martini ha inorridito i puristi del cocktail che lo definiscono un debole Martini fatto con acqua fredda e un pizzico di gin o vodka. Altri lamentano che agitare il cocktail rovina il distillato, il che significa farlo diventare amaro.

Molti Barman non hanno dubbi: mescolare un Martini è meraviglioso! La sua preparazione è un rito con poteri straordinari, una sorpresa dopo l'altra: si ha il comando sulla bevanda, puoi vedere e sentire, puoi avvertire cosa sta succedendo mentre lo misceli e con una mano sul lato del mixing glass senti quando hai raggiunto la giusta temperatura per essere apprezzato al meglio.

Un'altra celebre modifica del cocktail Martini è stata resa famosa da Ernest Hemingway. La ricetta prevede gli stessi ingredienti del classico Martini, a renderlo diverso è però il rapporto del gin rispetto al vermouth, infatti prevede 15 parti di gin e 1 di vermouth. Questa relazione crea un Martini piuttosto secco, austero, schietto di una spiccata personalità.

Del Cocktail si racconta che fu proprio lo scrittore a realizzare il drink per rendere omaggio a Montgomery celebre generale britannico della prima e seconda guerra mondiale conosciuto per i trionfi ottenuti in numerosi campi di battaglia. La sua regola bellica era quella di superare in numero le forze nemiche con il rapporto di 15 soldati a 1 in modo da garantire la vittoria con minor perdite e in breve tempo. Questa strategia altamente efficace è stata riconosciuta sottoforma del cocktail Martini dallo scrittore che ha paragonato il drink al carattere del generale Montgomery.

A conti fatti la scelta del proprio cocktail Martini dipende dalle proprie inclinazioni, dai propri gusti, ma anche dalla fortuna di incontrare il barman che sa cogliere il momento giusto.

a cura di Daniele Dagradi

Cocktail Challenge 2023



THE BAR
LA RIVISTA DI A.B.I. PROFESSIONAL

“II NEGRONI di FOSCO” Il Cocktail Negronial Circolo “Golf Club Ugolino”

Ci sono voluti 100 anni prima che, durante i festeggiamenti del Centenario della nascita di questo straordinario cocktail, nel 2019 alla presenza delle massime autorità cittadine fosse scoperta una targa all'angolo dello splendido Palazzo Viviani-Della Robbia dove un secolo fa c'era il “Casoni”, un locale a tutto tondo dove il Conte Cammillo Luigi Manfreda Maria Negroni chiese al bravo Barman Fosco di irrobustire il suo Americano con l'aggiunta di Gin. Ma questa è storia vecchia che ormai tutti conoscono e potrebbe essere solo ripetitiva.

E ci sono voluti quasi 90 anni prima che a “qualcuno” venisse in mente di onorare proprio Fosco Bruno Sabatino Scarselli scoprendo una targa al Bar del Golf Club Ugolino dove appunto Fosco ha operato dal 1934 fino al 1962 in veste di gestore della Club House. Fu lì chiamato dai fondatori del Golf Club: i fratelli Giuseppe e Ugolino Della Gherardesca i quali, essendo amici del Conte, conoscevano bene Fosco e ne apprezzavano le qualità di questo bravo professionista. Fosco non si trovò molto bene con il cambio di proprietà nel 1932, dalla famiglia Casoni alla famiglia Giacosa e per un po' strinse i denti in attesa che fossero ultimati i lavori all'Ugolino per poi sistemarsi lì per quasi 30 anni fino al 1962. Nel '63 Fosco passò a miglior vita lasciando il posto, per tanti anni ancora, al bravo figlio Franco. Fosco al banco dell'Ugolino continuò a proporre il Negroni ai Soci del Club e loro ospiti, allora quasi tutti Nobili (Benestanti).

Il Negroni, era l'aperitivo per eccellenza ma veniva richiesto e bevuto a tutte le ore, anche nel pomeriggio e dopo cena, non mancava mai sui tavoli degli Scacchi, del Bridge e della Canasta. Anche i Golfisti apprezzavano, ma non prima

di giocare bensì dopo giocato, altrimenti c'era il rischio che le buche diventassero doppie. Per loro Fosco si inventò qualcosa di più leggero come il “Mercedes” e “La 19a buca”. Fosco, insieme a Vittorio Fabbri, Barman al Grand Hotel e Gigi Senesi, Barman al Baglioni e al Principe di Piemonte di Viareggio, furono i primi autori della divulgazione di questo straordinario Cocktail ancor oggi fra i più richiesti al mondo; vanto del Made in Italy come l'Arte, la moda, l'artigianato, il vino, la cucina, il mare, i monti e la Ferrari.

E' stato grazie ad A.B.I. Professional, nelle persone di Silvano Evangelista e Paolo Baldini con il contatto di Alessio Badiani, socio A.B.I. nonché Fiduciario A.M.I.R.A. che, dopo aver conosciuto e conquistato da subito l'empatia (reciproca) di Carmine Scotto di Perrotolo, da quasi 30 anni gestore di quello che fu il regno di Fosco Scarselli, con il consenso della Contessa Camilla Tolomei di Lippa, prima donna Presidente del Circolo e con il benestare della direzione e del Consiglio tutto, il 29 Marzo 2022 fu organizzato in un posto così esclusivo (l'accesso è riservato esclusivamente ai soci) il Concorso Regionale A.B.I. – Il Concorso Umberto Caselli e il Premio Fosco Scarselli.

Quest'anno (2023) il 20 Marzo, su richiesta della direzione stessa del Club, siamo stati onorati di ripetere di nuovo l'importante evento e dobbiamo riconoscere che è stato un ulteriore successo. E' stato sulle note della canzone/romanza, successo dell'epoca, “Non ti scordar di me”, (e chi se la scorda una giornata così) interpretata dalla bravissima soprano Mariangela Sichera, che le splendide Camilla e Francesca, figlie di Chiara, nipoti di Franco e pronipoti di Fosco, hanno scoperto fra scroscianti applausi, una targa a lato del banco originale in legno con il piano in rame e alluminio come usava quando non c'era ancora l'acciaio, per onorare il ricordo del mitico Fosco ad eterna memoria. (nella foto la targa).

Il Concorso, articolato in tre gare, è stato un caleidoscopio di forme, luci e colori che si sono articolati in un susseguirsi di movimenti e momenti spettacolari, bravi tutti i nostri concorrenti e non solo i vincitori; anche i meno fortunati hanno dimostrato una preparazione e una fantasia eccezionale. Ad ogni concorso e competizione del genere l'emozione che attanaglia i concorrenti quando questi salgono in pedana è inevitabile (vivaddio). Per fortuna la vita è fatta di emozioni. Cosa sarebbe la vita senza emozioni? Sarebbe come senza musica, senza un tramonto rosso, senza amore e senza passione. All'inevitabile emozione, in questa occasione, si è aggiunta anche quella di esibirsi in un Bar storico che, per noi che amiamo questa professione e che non consideriamo un lavoro ma una missione, il bancone di Fosco Scarselli è un vero Monumento Nazionale da essere salvaguardato dalle Belle Arti come patrimonio Mondiale.

Noi tutti, Soci di A.B.I. Professional, dobbiamo essere orgogliosi e fieri di tutto questo. A dover ringraziare tutti coloro che hanno contribuito al successo di questa splendida giornata si correrebbe il rischio di dimenticare qualcuno, quindi limitiamoci a un grosso grazie ai concorrenti e in modo particolare a tutti coloro che non sempre sono sotto i riflettori ma che lavorando nell'ombra tutto l'anno fanno sì che la nostra associazione cresca di giorno in giorno costantemente non solo in Toscana ma su tutto il territorio Nazionale. Per tutti i presenti all'Ugolino Golf Club di Firenze, che bello sarà poter dire un giorno, fra tanti anni: IO C'ERO!

a cura di Paolo Baldini



“Concorso Regionale A.B.I. Professional Sezione Sicilia”

Si è da poco svolto il 9° Concorso Regionale ABI professional Sicilia, che ha visto sfidarsi i barman professionisti di tutta la Regione, all'interno dell'istituto alberghiero Paolo Borsellino di Palermo, per decretare i finalisti che accederanno al nazionale Abi professional che si svolgerà a Roma nei giorni 7/8/9 Novembre.

Una collaborazione tra scuola e associazione voluta fortemente dal Consigliere Regionale Domenico Randazzo, per avvicinare i giovani aspiranti barman al mondo dei professionisti, delle associazioni e della sana competizione. L'evento, organizzato grazie al Prof. Roberto Campagna e al dirigente scolastico Domenico De Rosa, si è svolto giorno 12 Aprile 2023 all'interno dell'aula magna dell'istituto professionale, con la collaborazione di tutto lo staff scolastico e degli alunni di ogni indirizzo (cucina, sala, bar e accoglienza).

Tra gli sponsor dell'evento: Bonaventura Maschio, Campari, Martini, Ceado, SanBernardo, Caffè Vergnano, Montenegro, Azienda Labadia, Perollo, Gibisella, Guamar Spirit, Gin Bolognini, Gin Jonico.

Tre le competizioni svolte durante la giornata, la prima dedicata al Caffè Vergnano.

Nel 1882, Domenico Vergnano, apre a Chieri una piccola bottega, che nel tempo permette alla famiglia di acquistare (nel 1930) una fattoria produttrice di caffè in Kenia. Da un piccolo negozio, nel 1970 viene creata una vera azienda che, nel 1986 acquisisce il marchio storico, casa del caffè ed inizia la nuova avventura di caffè Horeca. Questo gli permette di diffondersi ulteriormente e di crescere anche nel mercato estero, in tutte le forme classiche e moderne, comprese le capsule.

La competizione con Caffè Vergnano vede come primo classificato Domenico Militello.

La seconda competizione della giornata è sta-

ta il 9° Concorso Regionale ABI professional Sicilia. In queste competizioni ufficiali, i concorrenti si mettono a confronto per classe, stile e creatività e sono giudicati per tecnica, decorazione e aspetto del cocktail, aroma e gusto, equilibrio tra gli ingredienti e non per ultimo la consapevolezza del bere alcolico con la formulazione dell'etichetta del cocktail. In questo caso hanno dovuto realizzare un cocktail anytime. I primi tre finalisti sono stati:

- 1° CLASSIFICATO FILIPPO FALZONE
2° CLASSIFICATA DEBORAH DI MAGGIO
3° CLASSIFICATA DEBORAH SANTORO



1° CLASSIFICATO FILIPPO FALZONE

DELICIOUS
40 ml di Jack Apple - Montenegro
20 ml di Marendry - Fabbri
15 ml di Falernum - Fabbri
20 ml di Succo di Limone
5 ml di Stillabunt
Decorazione: Scorza di limone

2° CLASSIFICATA DEBORAH DI MAGGIO

PINEAPPLE GOLD SUNSHINE
15 ml di Gin Aquamaris - Gold Edition
15 ml di Carpano Bianco
15 ml di Chartreuse Gialla
15 ml di Sciroppo di Vaniglia- Fabbri
40 ml di Preparazione analcolica a base di Ananas Fresca
8 gocce di Upfoam di upgrade
Decorazione: Bacca di vaniglia e fiore di ananas essiccata con polvere e foglia d'oro commestibili.

3° CLASSIFICATA DEBORAH SANTORO

TAKE FIVE
20 ml di Gin Bombay- Martini
30 ml di Sorbetto al limone
20 ml di Pura di Mango
20 ml di Triple Sec
0,5 di Puro agli agrumi
Bonaventura Maschio
Decorazione: Petali di Rosa, daikon e chiodi di garofano.

I primi due classificati della competizione rappresenteranno la Sicilia al prossimo concorso Nazionale ABI professional, che si svolgerà a Roma.

Oltre al cocktail i concorrenti hanno dovuto presentare un piccolo finger food ed essere giudicati, con punteggi separati dal cocktail, anche per food pairing. Gli altri premi assegnati durante la competizione sono stati: Miglior decorazione-Premiato Tindaro Gemellaro Miglior tecnica-Premiata Deborah Santoro Miglior finger food-Premiata Deborah Di Maggio.



La terza gara svolta durante la giornata è stata quella dedicata ad Umberto Caselli; che prevede il sorteggio di uno dei prodotti sponsor e la premiazione del miglior gusto. Possono partecipare barman e aspiranti barman facenti parte di associazioni o meno, per questo sono stati incoraggiati e hanno partecipato alla competizione anche i ragazzi dell'istituto alberghiero. Alcuni molto emozionati, sono stati seguiti e consigliati dai soci professionisti ABI, prendendo parte anche loro all'evento. La vincitrice della competizione UMBERTO CASELLI è stata SOFIA PALAZZOLO.

Presenti soci di più associazioni e professionisti di ogni provincia siciliana.

La manifestazione si è conclusa con aperitivo e pranzo preparati e serviti dai ragazzi dei vari corsi professionali dell'istituto Paolo Borsellino, che si sono mostrati attenti, capaci e preparati.



A.B.I. PROFESSIONAL ASSOCIAZIONE BARMEN ITALIANI

7-8-9 NOVEMBRE

HOTEL MERCURE ROMA WEST

CONCORSO NAZIONALE A.B.I. PROFESSIONAL ROMA 2023

“Rhum della Martinica A.O.C”

La Martinica isola francese dell'arcipelago delle Antille nota per la sua bellezza e famosa per la produzione di rhum agricolo.

La produzione di Rhum della Martinica iniziò nel XVII secolo, quando gli schiavi africani portarono con sé la loro conoscenza della distillazione della canna da zucchero.

Questo distillato ha una storia lunga e ricca, e il processo di produzione è rimasto pressoché immutato per secoli e viene prodotto in diverse distillerie sparse sull'isola, ciascuna con un proprio stile e personalità distinte, le tecniche di produzione comprendono la molitura della canna da zucchero fresca, dalla quale si ricava un nettare avviato poi alla fermentazione naturale, successivamente si esegue la sua distillazione in alambicchi a colonna o discontinui di tipo charentais e successivamente la maturazione dell'alcol ottenuto in botti di legno.

La Maturazione è un passaggio cruciale della produzione, il Rhum viene conservato in botti di legno per diversi anni, acquisendo nel frattempo il suo caratteristico sapore morbido e il suo colore dalle note ambrate.

La maturazione può durare da pochi anni a decenni, a seconda del tipo di rhum che si desidera ottenere.

I Rhum della Martinica sono conosciuti in tutto il mondo per la loro eccellente qualità e gusto unici, che derivano dalla combinazione di fattori quali il terreno, il clima e la tecnica di produzione tradizionale chiamata “Harmonie”, di seguito alcune delle principali fasi di produzione:

La Macerazione: La canna da zucchero viene triturrata e poi immersa in acqua per estrarre il succo, questo viene quindi fermentato naturalmente.

La Fermentazione: il succo viene posto in grandi tini di legno e lasciato fermentare per circa 48 ore, creando un mosto alcolico.

La Distillazione: il mosto viene distillato in alambicchi in rame, che gli conferiscono il suo caratteristico gusto e aroma.

L'Invecchiamento: il rhum viene invecchiato in botti di rovere, che gli conferiscono ulteriori sfumature aromatiche e gustative.

La tecnica Harmonie prevede l'utilizzo di materie prime di alta qualità e un processo di produzione rigorosamente controllato, che garantisce la qualità e la consistenza del prezioso distillato, questa tecnica è stata riconosciuta con il marchio A.O.C. (Appellation d'Origine Controlée) e il marchio A.O.P. (Appellation d'Origine Protégée), che garantiscono la qualità del prodotto.

Inoltre, la Martinica ha anche una lunga storia tradizionale di agricoltura sostenibile e di protezione dell'ambiente, molti produttori di rum sull'isola adottano pratiche agricole sostenibili, come la coltivazione di canna da zucchero senza utilizzo di pesticidi e fertilizzanti chimici, e l'utilizzo di fonti rinnovabili di energia per alimentare i loro processi produttivi, questi produttori credono che la sostenibilità sia una parte integrante della loro identità e che sia importante preservare il patrimonio e l'ambiente per le future generazioni.

In definitiva, la produzione sostenibile del Rhum della Martinica è un importante contributo per la conservazione dell'ambiente e per la protezione della tradizione culturale e agricola dell'isola. In sintesi, il Rhum della Martinica è un distillato di alta qualità con una lunga storia e tradizione alle spalle. Alcune marche più conosciute presenti sul mercato mondiale includono:

Rhum Agricolo Clement, Rhum J.M, L'habitation Saint Etienne, La Favorite, Depaz, Neisson, Duquesne, HSE (Habitation Velier Saint Etienne), Trois Rivieres, Clément.

Queste marche sono conosciute per la loro qualità e per il loro gusto unico, che deriva dalla combinazione di diversi fattori come il terreno, il clima e la tecnica di produzione.

Ogni marca ha una sua propria gamma di Rhum, che vanno da quelli invecchiati a quelli giovani, e ognuno ha un gusto unico che lo distingue dagli altri.

La distilleria più famosa della Martinica è probabilmente Habitation Clément, fondata nel 1887, è una distilleria più antiche e rinomate dell'isola e produce una vasta gamma di rhum di alta qualità, tra cui il suo rum agricolo premium, Clément VSOP.

In sintesi, Habitation Clément è una distilleria iconica della Martinica che produce rhum agricoli di alta qualità e rappresenta una parte importante della storia e della cultura dell'isola che ha guadagnato una solida reputazione tra gli appassionati di rum di tutto il mondo.

Per degustare al meglio un rhum agricolo della Martinica, è consigliabile seguire alcuni semplici consigli:

Temperatura: Il rhum agricolo dovrebbe essere servito a una temperatura compresa tra i 16° e i 18°, questo permette di preservare il suo aroma e gusto originale. **Bicchieri:** per degustare un rhum agricolo, è consigliabile utilizzare un bicchiere a tulipano, che concentra gli aromi e permette una migliore percezione dei sapori.

Olfatto: Prima di assaggiare il rhum, è importante sentirne gli aromi, inalare delicatamente l'aroma del rum aiuta a percepire i sentori delle spezie, della vaniglia, della frutta e della cannella. **Assaggio:** Prendere un piccolo sorso di rhum e tenerlo in bocca per alcuni secondi, questo permette di percepire tutti i sapori, dalla dolcezza alla lunga persistenza finale.

Abbinamento: il rhum agricolo può essere degustato da solo o accompagnato da un cubetto

di ghiaccio, da un bicchiere d'acqua o miscelato in un cocktail.

Ci sono molti cocktail a base del distillato della Martinica. Ecco alcune delle opzioni più popolari:

Ti Punch: un cocktail semplice ma gustoso che consiste nel miscelare rum agricolo della Martinica con zucchero di canna, succo di lime e una fetta di lime.

Planter's Punch: un cocktail a base di rum agricolo, succo di ananas, succo di lime, sciroppo di zucchero, granatina e spezie.

Zombie: un cocktail potente a base di rum agricolo, succo di ananas, succo di lime, sciroppo di zucchero, e altri ingredienti come curaçao, absinthe e angostura bitters.

Agricole Daiquiri: un classico a base di rum della Martinica, sciroppo di zucchero e succo di lime.

Questi sono alcuni esempi dei cocktail che possono essere preparati con il rum della Martinica, sperimenta con diverse ricette e ingredienti per trovare il cocktail che preferisci. Una ricetta inedita a base di rum della Martinica semplice e replicabile.

Tropical Bliss:

2oz di rum agricolo della Martinica

10z di succo di ananas

10z di succo di mango

10z di succo di passion fruit

10z di sciroppo di zucchero di canna.

2 fette di lime.

Riempire un miscelatore con ghiaccio, aggiungere tutti gli ingredienti, tranne le fette di lime, agitare per bene e versare il cocktail in un bicchiere alto riempito di ghiaccio, guarnire con fette di lime e servire.

Questo cocktail ha un sapore tropicale intenso e rinfrescante, con note di frutta matura, la combinazione di rum agricole della Martinica con frutti tropicali lo rende dolce ma non troppo dolce, questo cocktail sarà sicuramente un successo durante le cene estive.

L'abbinamento del rum agricole con il cibo può essere molto sfaccettato e dipende dal gusto personale. Può essere abbinato con carni grigliate o in umido, il sapore intenso e fruttato si sposa bene con la carne, creando un contrasto di sapori intensi.

Può essere abbinato con pesci grassi come il salmone o il tonno, il sapore fruttato del rum agricole si combina bene creando un abbinamento leggero e gustoso.

Il sapore intenso dei rum agricole si sposa molto bene con la consistenza e il gusto dei formaggi a pasta dura o molle come il gorgonzola e il brie, creando un abbinamento ricco di sapori.

Il sapore fruttato, fresco e dolce di questi rum agricole si combina perfettamente con i dessert, come la crema di cocco o la frutta fresca, creando un abbinamento delicato e rinfrescante.

In generale, è importante abbinare il rum agricole con cibi che non sono troppo forti o speziati, in modo da non coprire il sapore unico dello stesso.

Nel 2023 il rum della Martinica continua a essere un prodotto di alta qualità apprezzato in tutto il mondo, con una forte tradizione di produzione sostenibile e rispettosa dell'ambiente. Se sei un appassionato di rum, questa bevanda è assolutamente da provare.

A cura di Giorgio Fabrizi

“Fare Turismo Roma 2023”

“Fare Turismo 2023 a Roma”: Primo Evento Nazionale sull'Orientamento alla Formazione e al Lavoro nel Turismo”.

Introduzione: L'evento “Fare Turismo a Roma” è stato il primo evento nazionale sull'orientamento alla formazione e al lavoro nel settore turistico, dedicato ai giovani che desiderano intraprendere una carriera nel turismo. Tenutosi nella splendida città di Roma, questo evento ha offerto un'opportunità unica di scoprire le diverse possibilità formative e lavorative nel settore, fornendo una panoramica completa delle competenze richieste e delle opportunità disponibili.

Obiettivi dell'evento: L'obiettivo principale dell'evento era quello di fornire informazioni e orientamento ai giovani interessati a intraprendere una carriera nel settore turistico. Attraverso una serie di workshop, conferenze e incontri con esperti del settore, si è voluto promuovere la consapevolezza delle opportunità di formazione e lavoro nel turismo, fornendo strumenti utili per guidare i giovani nella scelta del percorso formativo più adatto alle proprie aspirazioni e abilità.

Programma dell'evento: L'evento “Fare Turismo a Roma” si è svolto su due giornate intense e ricche di attività. Il primo giorno è stato dedicato alle conferenze e ai panel di esperti, che hanno affrontato argomenti come le tendenze del settore turistico, le competenze chiave richieste, le opportunità di lavoro nazionali e internazionali, nonché le strategie per avviare una carriera di successo nel turismo.

Sono state anche presentate testimonianze di professionisti del settore, che hanno condiviso le loro esperienze e fornito spunti preziosi per i partecipanti.

Il secondo giorno è stato dedicato ai workshop interattivi, suddivisi in diverse aree tematiche come la gestione alberghiera, il turismo culturale, il turismo sostenibile e la promozione turistica. I partecipanti hanno avuto l'opportunità di sperimentare attivamente le diverse competenze richieste nel settore, lavorando in gruppi su casi pratici e simulazioni, sotto la guida di esperti del settore. Ciò ha consentito loro di acquisire una visione più approfondita delle sfide e delle opportunità che il settore turistico offre.

Partecipazione e risultati: L'evento “Fare Turismo a Roma” ha registrato un'ampia partecipazione di giovani provenienti da diverse regioni d'Italia. La presenza di istituti di formazione professionale, scuole, università e rappresentanti del settore turistico ha reso l'evento un'occasione ideale per creare sinergie e favorire la collaborazione tra le varie figure coinvolte nella formazione e nel lavoro nel turismo.

I risultati dell'evento sono stati estremamente positivi. I partecipanti hanno espresso grande apprezzamento per l'opportunità di incontrare esperti del settore e di ottenere informazioni dettagliate sulle prospettive lavorative nel turismo.

L'Associazione Barman Italiani (A.B.I.) ha partecipato con entusiasmo all'evento “Fare Turismo 2023” organizzato a Roma presso l'Università Europea. Primo evento nazionale sull'orientamento alla formazione e al lavoro nel turismo, dedicato ai giovani interessati a intraprendere una carriera nel settore. La presenza dell'A.B.I. ha contribuito ad arricchire l'evento, fornendo un'opportunità unica di scoprire le diverse possibilità di carriera nel

settore della mixology e della gestione dei bar. La Partecipazione dell'A.B.I. : Durante l'evento, l'A.B.I. ha organizzato un workshop interattivo dedicato alla mixology e alle competenze richieste per diventare un barman professionista. I partecipanti hanno avuto l'opportunità di apprendere tecniche di preparazione dei cocktail, esplorare l'arte dell'accostamento degli ingredienti e conoscere le ultime tendenze nel settore della mixology.

Inoltre, l'A.B.I. ha offerto sessioni informative sulle opportunità di formazione e le certificazioni riconosciute nel settore della mixology. I rappresentanti dell'associazione hanno fornito informazioni dettagliate sui corsi di formazione offerti dall'A.B.I., evidenziando l'importanza dell'aggiornamento costante delle competenze e della partecipazione ad eventi e competizioni per crescere professionalmente nel settore. Risultati e impatto: La partecipazione dell'A.B.I. all'evento "Fare Turismo a Roma" ha avuto un impatto significativo sui partecipanti interessati alla carriera di barman. Grazie al workshop interattivo e alle sessioni informative, i giovani hanno potuto conoscere da vicino il mondo della mixology e la vasta gamma di opportunità che offre.

I partecipanti hanno mostrato grande interesse e coinvolgimento durante le attività proposte dall'A.B.I. Molti di loro hanno espresso il desiderio di intraprendere una carriera nel settore della mixology e di approfondire le proprie conoscenze tramite i corsi offerti dall'associazione.

L'iniziativa ha contribuito a promuovere la professione del barman e a valorizzare l'importanza del settore della mixology nel contesto turistico. Inoltre, la partecipazione dell'A.B.I. ha favorito la creazione di connessioni e sinergie tra i partecipanti e gli esperti del settore, permettendo di sviluppare nuove opportunità di collaborazione e crescita professionale.

Conclusioni: La partecipazione dell'Associazione Barman Italiani (A.B.I.) all'evento "Fare Turismo a Roma" è stata un successo. Attraverso il workshop interattivo e le sessioni informative, l'A.B.I. ha contribuito a promuovere la figura del barman professionista e a fornire informazioni e orientamento ai giovani interessati a intraprendere una carriera nel settore della mixology.

A Cura di Giorgio Fabrizi

fareturismo

The Bar...Book

Dario Comini
Barchef & Molecular Mixologist

"libri consigliati"

“Le nostre letture consigliate”

Il libro consigliato in questo numero è “Barchef & Molecular Mixologist” di Dario Comini. Dario Comini, grande studioso della storia del suo mestiere, offre in queste pagine anche i frutti delle sue ricerche sulle origini di cocktail classici nonché un interessantissimo excursus sugli effetti dell'assenzio sul corpo umano. Ci fa scoprire inoltre il Barman come alchimista dei nostri tempi, preparatore di pozioni particolari.

Niente è più nuovo di ciò che è antico. Questo detto si sposa con l'idea che è alla base del libro che il barman Dario Comini – proprietario dei bar Nottingham Forest di Milano e Gazebo di Parma – ha dedicato alle tecniche Barchef e Molecular Mixologist che danno per l'appunto il titolo al suo libro.

Tecniche avanzate, che implicano già un'ampia conoscenza dei fondamenti della professione di barman, si basano sulla moderna miscelazione che utilizza utensili e procedimenti tipici della cucina internazionale, di infusioni, glasse, vaporizzatori, saldatori, gelatine e spume che si ispirano alla cucina molecolare. In questo prezioso volume Dario Comini illustra come si impiegano i vari elementi, dagli addensanti ai liquori, la composizione chimica dell'assenzio e gli effetti sull'organismo, le ragioni tecnico-scientifiche del perché si shakera, offrendo un buon elenco di cocktail di ultima generazione, ai limiti del futuribile.

E pensare che tutto ciò già avveniva nel lontano 1862 quando Jerry Thomas scriveva “The Bartender's Guide or how to mix drinks” e spiegava come realizzare cocktail in gelatina, sciroppi home made, infusi di spezie e drink con acido

tartarico miscelato a carbonato di sodio per sfruttare l'effervescenza. E' proprio così: le novità vengono dal nostro passato. Parola di Dario Comini.

Questo è un libro dedicato solo ai professionisti che già hanno una conoscenza di base del mestiere.

Premix e Prebatch: non sono prodotti scadenti, ma miscele predosate da noi che servono per snellire il lavoro. Sarà la nostra scelta personale ad influire sulla qualità di questa miscela. Migliore sarà la scelta delle materie prime, migliore sarà il risultato.

Riduzioni di liquore: derivate direttamente dalle tecniche di cucina, sono dei concentrati di liquori. Si ottengono sbollentando del prodotto a fuoco dolce per alcuni minuti, finché non perde la parte alcolica (l'alcol evapora a 37°) e parte dell'acqua, in modo che gli aromi restino concentrati come in uno sciroppo. In alcuni casi, nei prodotti poco zuccherini, è necessario aggiungere dello sciroppo di zucchero per poter trattenere i profumi. Infatti le molecole dello zucchero si legano agli aldeidi fungendo da collante.

Infusi: molto importanti nella filosofia Barchef per la possibilità di creare aromi nuovi e liquori esclusivi. Essi possono inoltre essere utilizzati come profumi per i nostri drink.

Addensanti: c'è chi gioca sulle diverse densità e texture nonché temperature. Il gruppo di sostanze che hanno la capacità di legare l'acqua si chiamano idrocolloidi e ognuno di loro ha una sua diversa funzione per il risultato che si vuole ottenere. In questo testo la spiegazione e alcuni esempi di drink con gli alginati, l'agar agar, la farina di semi di Guar, la Gomma di Xantano, la Gomma arabica, la Pectina, la Colla di pesce e il Gellan per finire con la Lecitina di soya.

Sferificacìon: tecnica della gastronomia mole-

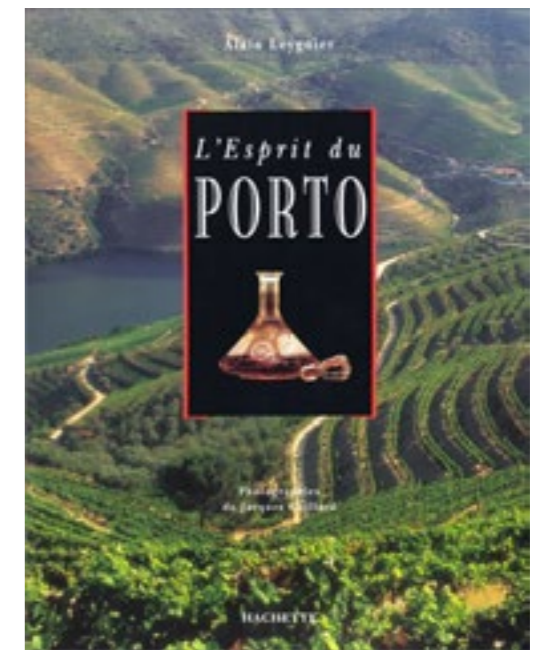
colare che sfrutta la reazione dei liquidi miscelati ad alginati bagnati in soluzione di calcio, con l'obiettivo di creare ravioli o caviale (piccole palline) che avranno una consistenza rigida all'esterno e liquida all'interno. Queste schiacciate contro il palato, una volta introdotte in bocca, sprigioneranno gli umori interni.

Brûlée: sono cocktail rappresentativi dell'incrocio bar/cucina, hanno le caratteristiche strutturali di un classico cocktail smash. Infatti vengono preparati con zucchero, frutta fresca a pezzi pestata e alcolici. L'innovazione sta nel caramellare lo zucchero di canna direttamente nel bicchiere sopra la frutta e pestare la frutta con lo zucchero quando questo è ancora caldo, morbido e fumante. Tutti gli umori della frutta verranno assorbiti dal caramello e trasferiti all'alcol una volta disciolto in esso.

Cocktail al Tè: i Tè in purezza, infusi in distillati sono facili da preparare e versatili all'uso. E' sufficiente togliere da una bottiglia nuova una piccola porzione di distillato e inserire 20 g di foglie del Tè prescelto, richiudere bene la bottiglia e lasciare riposare per una settimana, quindi filtrare. Nel caso il distillato risulti troppo ricco di sensazioni tanniche a causa dell'infusione con il Tè si può procedere con la tecnica del milk washing per ammorbidirlo.

Altri capitoli del libro, tra l'altro molto ben illustrato, trattano ricette ed esecuzioni di molti cocktail come il Bloody Mary, il Cosmopolitan, il Sazerac, la Capeta, i Frozen e i destrutturati, i Jam cocktails, gli Hot Wine unitamente a ricette di Dario del Nottingham Forest.

Molto consigliato ai professionisti che vogliono stare al passo con la moderna mixology e saperne un po' di più per stimolare la propria creatività.



Il secondo libro consigliato è “L'Esprit du Porto” di Alain Leygnier, edizioni HACHETTE. A mio avviso in assoluto il miglior libro sul Porto che ho mai letto e studiato anche se purtroppo in lingua originale francese. E' suddiviso in due parti.

La prima con delle fotografie magiche che evocano il territorio anche da un punto di vista turistico con paesaggi rurali e urbani creati dalla produzione di questo famosissimo vino liquoroso. I vigneti, le terrazze, le Quintas dallo sgargiante colore bianco, la cittadina di Gaia con le vie e i tetti a tegole rosse, la città di Porto con le sue atmosfere barocche e le sue tradizioni. La seconda con la descrizione accurata e storica di quelli che sono tutti i segreti della produzione e degustazione del vino Porto che ha ormai tre secoli. Vengono illustrate nei minimi dettagli tutte le complesse tipologie e stili di questo meraviglioso vino nelle versioni Ruby, Tawny, Tawny con indicazione di età, vintage, late bottled vintage, vintage character, colheita e lagrima in tutte le loro versioni di colore e sapore. Un vero testo di merceologia, ma raccontato dal vivo in modo appassionato che fa ben comprendere tutti i vari passaggi della laboriosa produzione di questo vino.

Il Porto così come d'altronde anche tutti gli altri importanti vini liquorosi del mondo, tra i quali lo Sherry e il Madera senza dimenticare i nostri Marsala e Vernaccia di Oristano, sono prodotti molto importanti del Bar. Il Bartender dovrebbe averne un'ampia conoscenza sia su come servirli e conservarli sia nel saperli proporre in miscelazione.

Questo libro nella sua prima parte risulta essere anche una guida indispensabile nel caso volessimo fare una vacanza enogastronomica nella Valle del Douro e visitare le cantine di produzione del Porto, mentre nella seconda si entra nell'alchimia di questo straordinario vino partendo dalle origini con il sistema complesso di classificazione delle particelle di terreno, suddiviso in tre sotto regioni, a discernere le varie qualità dei vini che saranno selezionate nelle cantine di Gaia per la produzione delle differenti tipologie. Si passa quindi ad analizzare i vari vitigni, circa 90, che concorrono alla vinificazione, suddivisi in due categorie: le autorizzate e le raccomandate. A seguire la descrizione accurata dei 5 grandi vitigni fondamentali del Porto: Touriga nacional (l'unico che può essere impiegato come monovitigno), Touriga francesa, Tinta roriz, Tinta barroca e Tinta cão. Interessante e unica anche la pratica del "beneficio" stabilita dal Comitato di tutela che stabilisce la quota, per ogni cru e per ogni produttore, di vino destinato alla produzione del Porto mentre il rimanente viene destinato alla produzione di vino naturale. Le pratiche di vinificazione e fermentazione vengono effettuate presso le singole aziende o Quintas, spesso ancora in modo rurale (pigiatura con i piedi) così come una delle più importanti operazioni, quella del "mutage", ovvero l'aggiunta di un acquavite di 77° per fermare la fermentazione e lasciare una parte di zuccheri naturali nel vino che daranno la tipica nota più o meno dolce del Porto. Tale operazione è qui descritta e analizzata con molta dovizia e tecnicità a dimostrare come sia importante questa operazione nella

scelta dei tempi e dell'acquavite invece del solito alcol puro. Infine il trasporto nelle cantine di Villa Nova de Gaia dove il vino viene assemblato. Come nella Champagne anche nel Porto si procede all'assemblaggio a seconda della qualità stabilita per la determinazione delle varie tipologie. Operazione cruciale che vede schiere di enologi a stabilire non solo il tipo di Porto da produrre, ma anche a rispettare uno stile ben preciso della maison produttrice. Solo il single Quinta vintage non viene assemblato e spesso viene prodotto direttamente dalla cantina senza portarlo a Gaia. La maturazione che segue dopo la scelta è suddivisa in due sistemi: la riduzione che si effettua direttamente in bottiglia o l'ossidazione nei fusti di rovere, da quelli che contengono più di mille ettolitri a quelli di 220 litri a seconda di quello che si vuole ottenere.

Porto White: maturato non più di 2 anni vengono classificati in 6 categorie zuccherine. I più leggeri con meno di 15 g, extra sec tra 15 e 30 g, sec con 40 g, demi sec con 65 g, dolce 90 g, lagrima 130 g.

Porto Ruby: assemblaggio di giovani millesimi da due a quattro anni. Vinoso, vellutato, corposo con sentori di frutta rossa e nera

Porto Tawny: assemblaggio di raccolte maturate in fusto da tre a cinque anni

Porto con indicazione d'età: 10, 20, 30, 40 anni. Assemblaggio di diversi millesimi dopo decenni di botte. La data viene data dal vino più giovane. Una delle migliori espressioni del Porto ossidativo con aromi di spezie, sentori tostati, confettura d'arance, caffè e nocciole. La bottiglia, una volta aperta, può durare due mesi. Tawny millesimato o Colheita: vino di un solo millesimo con assemblaggio di diverse Quintas. Matura minimo 7 anni in fusti per poi essere imbottigliato e invecchiato in bottiglia. Vintage Character: assemblaggio di diverse raccolte maturate per tre/quattro anni in bot-

te. Tipologia preparata quasi esclusivamente per il mercato inglese. Può essere denominato anche riserva. Essendo un vintage atipico, ma esistente solo per ragioni di mercato è una tipologia che non da vere garanzie di qualità.

Garrafeira: questo Porto che è un simil late bottled vintage è prodotto oggi solo da una cantina, la Niepoort. All'inizio maturata in fusti da tre a sei anni, la garrafeira evolve successivamente per 10, 20, 30 anni in piccole damigiane di vetro prima di essere imbottigliate. Questa denominazione, appena tollerata dal IVP, non è ufficialmente menzionata. In ogni caso rappresenta un Tawny di estrema finezza.

Vintage: rappresenta la miglior tipologia di Porto insieme a quelli con indicazione di età. E' un assemblaggio di diverse Quintas di un vino millesimato. La sua produzione non supera l'1% ed è prodotto solo 3 / 4 volte ogni decennio esclusivamente con una vendemmia di qualità superiore. Quando gli enologi si rendono conto di avere a che fare con un prodotto di vendemmia eccezionale dopo 2 anni in fusto decidono di far maturare il vino in bottiglia in ambiente riduttivo per 10 fino a 50 anni senza filtraggi e rettificazioni, formando un deposito consistente che va decantato una volta aperto. Per questo motivo una volta aperto va consumato entro le 24 ore. Una tipologia complessa che per avere risultati di elevata qualità è necessario aspettare diversi decenni per ottenere un vino rosso tra i migliori al mondo.

Single Quinta Vintage: tipologia recente. Questo Vintage non è un assemblaggio e deriva esclusivamente da una cantina e da un cru e rappresenta l'unico Porto con le connotazioni del terroir. In alcune produzioni è elaborato solo con Touriga nacional.

Late Bottled Vintage: quando un Vintage non appare all'altezza dopo due anni in fusto, lo si lascia almeno per 6 anni prima di imbotti-

gliarlo. L'etichetta descrive il millesimo e l'anno di imbottigliamento. Più strutturato di un Tawny, meno possente di un Vintage, vanta una grande qualità con prezzi inferiori ad un Vintage. Vi sono due categorie nascoste, non riconosciute dal IVP, una tradizionale con vini non filtrati che guadagnano ad invecchiare in bottiglia e una commerciale che va consumata subito. La paternità di questa tipologia che viene ufficializzata nel 1973, è rivendicata da 3 maison: Taylor, Noval, Offley. Il successo viene determinato dai prodotti commerciali filtrati in Inghilterra per la possibilità di venderli e servirli al bicchiere.

Straconsigliato per imparare a sognare la bellezza del buon bere e del bon vivant.



Il terzo libro consigliato è "Tecnologia del servizio" edizione della Federazione svizzera degli esercenti e albergatori raccomandato dalla commissione per la formazione professionale, edito dalla stessa Federazione svizzera.

Il motivo per cui consiglio questo libro dopo averlo letto e studiato è nell'importanza del tecnicismo e della psicologia del servizio professionale, risultato di uno studio secolare basato su conoscenze esperienziali connesse ai migliori esiti in merito alle relazioni sociali

umane. Ciò perché oggi il giovane aspirante bartender crede che fare questo mestiere sia solo frutto della creatività nell'elaborazione di ricette e drink, come uno Chef in cucina, quando in realtà la nostra figura professionale è molto più completa comprendendo appunto le capacità e la competenza a saper accogliere e servire gli ospiti. Ne sono un esempio le note e classiche figure dei Barman dei vecchi tempi, che erano in grado di sostituire i Maitre di sala e di essere gli anfitrioni dell'ospitalità e del savoir faire in tutti i reparti. Per questo motivo consiglio la lettura di questo testo che oserei affermare ricco di dettagli e tecnicismi di grande caratura professionale per arricchire il proprio bagaglio e migliorare la propria performance di carriera. Non dimenticate mai la scuola classica.

“Le conoscenze professionali non bastano, la vostra persona, soprattutto il vostro carattere e la vostra individualità sono chiamati in causa. I clienti apprezzeranno le vostre doti individuali: se tenete presente questa realtà, sarete già sulla buona via per il successo”.

“L'arte del servire bene sta nel saper creare quella piacevole atmosfera nella quale il cliente si sente a proprio agio”.

3 sono i settori di attività in questa professione:

1) LA MIS EN PLACE: da questa dipende la scorrevolezza del servizio. Essa comprende tutti i lavori preliminari che lo agevolano. Rigorosa è la pulizia e l'ordine.

2) I RAPPORTI CON LA CLIENTELA: sono in gioco le nostre attitudini, il COMPORTAMENTO, L'AUTOCONTROLLO e L'INTUIZIONE

3) LA VENDITA: dobbiamo essere anche il consulente della clientela. Né la Cucina, né la gestione (amministrazione) possono esercitare un'influenza diretta sulla cifra di affari. Solamente il servizio (vendita) tocca direttamente il

cliente (acquirente). La vendita ci dà l'occasione di applicare il bagaglio delle nostre conoscenze professionali. Sapremo infatti consigliare bene soltanto se conosciamo altrettanto bene. Pertanto se sapremo offrire con sensibilità e competenza sapremo vendere bene e quindi prezioso sostegno di tutta l'azienda.

SERVIZIO – ACCOGLIENZA – BON TON

-Obiettivo: l'arte del servire bene sta nel saper creare quella piacevole atmosfera nella quale il cliente si sente a proprio agio.

-Né il prodotto preparato, né la gestione e la bellezza del locale possono esercitare un'influenza così diretta sul cliente quanto il servizio e l'accoglienza.

-Dotazione personale: salvietta pulita, cavatappi, blocchetto e penna, wi fi password

-Nel settore bar l'assegnazione dei compiti e del tempo per svolgerli è di capitale importanza: equa ripartizione degli incarichi, bar back, assistente bartender, bartender, capo bartender, bar manager, waiters.

-Mis en place station bar organizzata e ordinata, idem per banco clienti e tavoli. giusta atmosfera nel locale: arredamento,

-Fiori, tendaggi, musica, temperatura, ventilazione, rumori, oggetti artistici

-Servizio: professione artistica legata a tanti preliminari, all'organizzazione, all'ordine, pulizia dove far valere l'eleganza dei propri gesti

-No gomma da masticare, evitare collisioni con colleghi e clienti, mai arrestarsi repentinamente, circolazione a destra, camminare avanzando e mai retrocedendo, niente spostamenti inutili, no rumori di stoviglie

-Pila di piatti sempre portata con le due mani avvolgendo con salvietta, piatto tenuto fra pollice e indice con pollice sul bordo rivolto a sinistra e mai toccare l'interno del piatto, bicchieri tenuti sempre sul gambo nei calici e sulla base nei tumbler

-Regole di servizio: prima sempre le signore tenendo conto dell'età e della posizione sociale, nelle ricorrenze il primo deve essere la perso-

na festeggiata o la persona più importante, chi offre sempre per ultimo, i bambini vanno serviti rapidamente, servire e sbarazzare sempre da destra, comunque servire sempre in modo che il cliente sia disturbato il meno possibile, se il tavolo è rettangolare mettersi sempre dalla parte frontale per conversare o prendere gli ordini, utilizzare sempre un gueridon per aprire le bottiglie, quando servite food al tavolo utilizzare sempre cucchiaio e forchetta come una pinza, sul gueridon cucchiaio con la destra e forchetta con la sinistra. per i vini vecchi decantati o nel portabottiglie versare lentamente nel bicchiere inclinato tenuto con la mano sinistra, per i vini normali versare facendo vedere sempre l'etichetta al cliente, bottiglie sempre stappate davanti al cliente, si fa degustare agli altri commensali seguendo l'ordine dopo averlo fatto degustare a chi l'ha ordinato. il bicchiere del vino bianco va sempre levato dopo aver servito il rosso, mentre quest'ultimo resta fino al servizio del caffè e liquori. prima del dessert togliere tutti i menages e cestini, pulire la tovaglia

-Servizi:

1) alla francese, il cliente si serve lui stesso dal piatto di portata alla sinistra con l'impugnatura delle posate rivolte verso il commensale oppure i piatti vengono collocati in tavola (portate calde sullo scaldavivande) e il cliente si serve da solo.

2) all'inglese, le portate poggiano sull'avambraccio sinistro dove si serve alla sinistra del cliente usando le posate a mo' di pinza.

3) al gueridon, piatti mostrati al cliente e poi serviti con due mani nel piatto e poi serviti alla destra. in caso di aggiunta sostituire il piatto mentre si lasciano le posate.

4) il servizio al piatto, si preparano direttamente in cucina e servite a destra.

5) il self service, prima esposti i piatti freddi, poi i caldi osservando il senso unico con il cliente talvolta aiutato dal personale di servizio.

-Ogni individuo è diverso dagli altri, ci sono molti tipi di clienti: bisogna imparare a valutarli e a osservare le loro esigenze e reazioni. La massima: meglio troppa attenzione che poca vale fino a quando il cliente non si esprima diversamente. Riconoscere il cliente anfitrione assecondando le sue attenzioni porta alla massima soddisfazione e fidelizzazione.

-Necessità di saper scoprire al primo momento qual'è l'intenzione del cliente: le aspettative della clientela sono diverse e vanno sempre interpretate: psicologia

-Il cliente deve sempre avere la sensazione di sentirsi un privilegiato, abituale, di passaggio o turista che sia. I disabili: maggior sensibilità senza decadere in dimostrazioni di pietà: sgabello per poggiare la gamba, pietanze preventivamente tagliate, cannuccia nel bicchiere, possa raggiungere l'uscita con facilità, accompagnarlo al tavolo se cieco e servire le pietanze con piatto fondo e cucchiaio, se balbetta lasciate sempre finire la frase senza interromperlo. In ogni caso un comportamento più naturale possibile. Gli anziani: apprezzano se gli togliete il mantello e un posto tranquillo lontano da ventilatori e correnti d'aria. I bambini: disporre di seggioloni e cuscini, posate e bicchieri per bambini, mai il coltello sotto i 4 anni, servirli il più rapidamente possibile per evitare che disturbino.

-Telefono: rispondere sempre con il nome dell'azienda, il vostro seguito dal saluto.

-Il colpo d'occhio è decisivo: azienda, atmosfera, personale di servizio, pulizia, bella presenza, riguardo personale, materiale d'informazione, illuminazione, decorazione (fiori, quadri, tendaggi), rumore, odori.

-Reclami: lasciare che finisca di parlare, ascoltare ciò che dice, presentare le proprie scuse senza discolarsi anche se non personalmente responsabili, tentare di calmare l'irritazione del cliente, riparare il guaio, eliminare la causa se possibile, chiedere alla fine al cliente se la soluzione proposta va bene e accetta le scuse. Non sono tollerabili atteggiamenti di insolenti-

za, ignoranza, indifferenza, prepotenza, talvolta per un reclamo giustificato è raccomandato offrire qualcosa al cliente. il cliente deve essere convinto che la sua critica è stata presa sul serio, che non abbia parlato a vuoto o male interpretato da voi.

-Congedo: molto importante andargli incontro, aiutare a mettere il mantello, accompagnarlo all'uscita e salutarlo.

-Tecniche di vendita: non consiste nel forzare le consumazioni con maggior margine di guadagno, ma nell'intuire fino a che limite il cliente sia disposto a spendere per meglio orientarlo con le vostre raccomandazioni. La vendita al bar è svantaggiata in quanto il cliente non ha modo di esaminare e provare il prodotto prima dell'acquisto. Da qui l'importanza della vostra fiducia nel saper raccomandare e proporre la qualità.

-Comportamento passivo: si distribuisce la lista, si prende l'ordinazione senza consigli e raccomandazioni: il cliente prende l'iniziativa

-Comportamento attivo: si raccomandano le specialità prima di consegnare la lista

-Agire vuol dire non ignorare alcun desiderio possibile del cliente. Cercare di creare quell'atmosfera tale che induca il cliente a seguire i vostri consigli interpretandoli come unica vostra preoccupazione di fargli gustare la qualità.

-Accoglienza: il primo contatto è decisivo, fate il gesto di andargli incontro, volgetegli uno sguardo di simpatia e salutetelo cordialmente magari con il suo nome, aiutatelo a togliersi il mantello, assegnategli un buon posto, chiedetegli se ne è soddisfatto.

-Accoglienza psicologica: accesso e parcheggio sono in ordine, illuminazione interna ed esterna funziona a dovere, menù aggiornato e non sgualcito, pulizia dei locali, se occorre arieggiare, ventilazione e riscaldamento adeguato.

-Descrivere le proposte in modo stimolante (esempio le fragole saranno freschissime), ascoltate sempre il cliente, mai dare segni di impazienza, rispondere alle domande con precisione e cortesia, conoscenza accurata di quel-

lo che si ha e non si ha.

-Utilizzo di aggettivi per arricchire il vostro vocabolario: fruttato, beverino, leggero, secco, dolce, amabile, frizzante, pregiato, tipico, generoso, corposo, nobile, vigoroso, fragrante, stagionato, aromatico, raffinato, ricercato, forte, delizioso, saporito, fine, fatto in casa ecc.

-Alternative: se proponete solo un prodotto avete una probabilità del 50% (sì o no), se ne proponete due il cliente dovrà scegliere tra tre risposte: probabilità di vendita è di 2:1, non fate mai più di due/tre proposte, le offerte in alternativa devono sempre dare al cliente una possibilità di scelta di gusto, preparazione e prezzo diversi: scorretto proporgli solo prodotti costosi.

-Qualunque sia la categoria del cliente, la qualità del vostro servizio deve essere identica.

-Tecnica di vendita non è solo tecnica fine a se stessa, bensì sottile intuizione che si acquisisce con il tempo e l'esercizio.

-Il conto: va consegnato con la massima sollecitudine.

-Servizio al bar con vassoio: servire sempre a destra (per questo motivo andrebbe tenuto con la sinistra), vassoio tenuto con una mano con le dita al centro che fanno da ammortizzatori per dare il giusto equilibrio, vassoio solido, meglio se in alluminio con frangino o materiale anticivolo, va sempre portato a 90°.

Molto consigliato a chi vuole accrescere nella conoscenza e diventare un grande professionista, sempre con umiltà.

A cura di Ernesto Molteni



“Taketsuru un mito del sol levante”

Il whisky del Sol Levante è un termine usato per riferirsi al whisky prodotto in Giappone. Nel corso degli ultimi decenni, il whisky giapponese ha guadagnato popolarità e ha raggiunto livelli di eccellenza, riconosciuti a livello internazionale. Una delle figure più influenti e leggendarie nella storia del whisky giapponese è Masataka Taketsuru.

Masataka Taketsuru, noto come il “mito del whisky”, è considerato il padre del whisky giapponese moderno. Nato nel 1894 a Takehara, in Giappone, Taketsuru viaggiò in Scozia negli anni '20 per studiare la produzione di whisky. Durante il suo soggiorno in Scozia, apprese le tecniche di distillazione scozzesi e si innamorò della tradizione del whisky.

Tornato in Giappone nel 1920, Taketsuru fondò la distilleria Yamazaki per la società Koto-bukiya, che successivamente divenne Suntory. La sua esperienza in Scozia influenzò fortemente il suo approccio alla produzione del whisky giapponese. Taketsuru si dedicò a perfezionare le tecniche di distillazione e invecchiamento, introducendo l'uso di alambicchi a forma di pera e botti di quercia per l'invecchiamento. Negli anni successivi, Taketsuru fondò anche la distilleria Yoichi nell'isola di Hokkaido, nel nord del Giappone, dove il clima era simile a quello delle Highlands scozzesi. La distilleria Yoichi è ancora attiva oggi e produce whisky di alta qualità.

Il lavoro di Taketsuru ha avuto un impatto significativo sulla produzione di whisky in Giappone, contribuendo a stabilire gli standard di qualità e a creare uno stile distinto per il whisky

giapponese. Le sue tecniche e la sua passione hanno ispirato generazioni di distillatori successivi, portando alla creazione di una varietà di distillerie e marchi di whisky giapponesi di fama mondiale.

Oggi, il whisky giapponese è apprezzato per la sua raffinatezza, la sua artigianalità e la sua complessità di gusto. I produttori giapponesi si sono affermati a livello internazionale, vincendo numerosi premi e guadagnando una base di appassionati di whisky in tutto il mondo.

In sintesi, Masataka Taketsuru è una figura leggendaria nel mondo del whisky giapponese e il suo contributo alla evoluzione e alla sua reputazione internazionale è indiscutibile. Il suo lavoro ha gettato le basi per l'industria del whisky giapponese moderno e il suo spirito innovativo continua a influenzare gli appassionati e gli esperti di whisky in tutto il mondo.

La storia di Masataka Taketsuru è una storia di passione, determinazione e innovazione nel mondo del whisky giapponese. Il suo spirito pionieristico ha contribuito a rendere il whisky un emblema nel suo paese.

A Masataka Taketsuru è dedicato un whisky single malt definito per molti anni miglior whisky al mondo dalla rivista whisky magazine. Distillato presso la Yoichi Distillery proprietà della nota Nikka Whisky. Il gioiello fra i whisky giapponesi segue rigidi protocolli di produzione;

1. Maltazione: L'orzo viene sottoposto al processo di maltazione, in cui i grani di orzo vengono fatti germogliare e successivamente essiccati. Questo processo converte l'amido presente nell'orzo in zuccheri fermentabili.

2. Macinazione: Il malto ottenuto dalla maltazione viene macinato per creare una farina grossolana, conosciuta come "grist".

3. Mash Conversion: Il grist viene mescolato con acqua calda per favorire la conversione degli zuccheri. Questo processo crea un mosto

zuccherino.

4. Fermentazione: Il mosto viene raffreddato e inoculato con lieviti selezionati. La fermentazione avviene in grandi tini di fermentazione, in cui i lieviti trasformano gli zuccheri in alcool, producendo un liquido chiamato "wash".

5. Distillazione: Il lavaggio viene sottoposto a un doppio processo di distillazione in alambicchi a forma di pera. La prima distillazione avviene in un alambicco chiamato "wash still" e si produce un distillato chiamato "low wine". Il low wine viene quindi distillato una seconda volta nell'alambicco chiamato "spirit still", producendo un distillato ad alta gradazione alcolica chiamato "new make spirit".

6. Invecchiamento: Il new make spirit viene trasferito in botti di quercia per l'invecchiamento. Durante questo periodo, il whisky acquisisce caratteristiche uniche dal legno e si sviluppa in termini di aroma, colore e sapore. Le botti utilizzate possono essere ex-botti di bourbon, botti di sherry o botti di altri tipi di vino.

7. Blend: dopo l'invecchiamento, il whisky Taketsuru può essere miscelato per produrre blended di altri marchi oppure imbottigliato come single malt. Nel caso del Taketsuru, che è un whisky single malt, il prodotto finale sarà composto esclusivamente da whisky proveniente dalla distilleria Yoichi.

È importante notare che la scheda tecnica potrebbe variare leggermente a seconda del produttore e del whisky specifico. I metodi di lavorazione possono differire tra le diverse distillerie giapponesi e i loro singoli prodotti, ma questa è una panoramica generale dei processi coinvolti nella produzione del whisky Taketsuru.

A cura di Giorgio Fabrizi e Perciballi Carmine Mattia

"Macis Arillo"

Questa preziosa spezia arriva dall'Indonesia, dove veniva usata già nell'antichità. In Europa e in Italia si è diffusa solo di recente ed è apprezzata per le sue proprietà fitoterapiche ma soprattutto come spezia in cucina, negli infusi e in alcolati.

La pianta del macis arriva dalle Isole Molucche denominate le Isole delle Spezie e cresce molto bene nei climi tropicali, molto caldi e umidi.

È una pianta poco conosciuta. Ma in pratica, cos'è il Macis? Si tratta di quella membrana di colore rosso che racchiude la più nota e utilizzata noce moscata. La copertura del seme si fa essiccare e si utilizza a pezzetti oppure sotto forma di polvere per donare quel sapore in più a diverse ricette.

L'albero è sempreverde e cresce fino a 20 metri di altezza. Le foglie sono ovali di colore verde scuro e la corteccia è grigio-scuro. La fioritura avviene solo negli alberi che hanno più di 15 anni; i fiori sono gialli. Il frutto contiene un seme: dalla sua parte interna si ottiene la spezia chiamata noce moscata mentre dalla parte più esterna del seme, detto arillo, arriva il macis, il cui aroma è molto più intenso.

Il macis ha un sapore e un odore che ricorda quello della noce moscata, anche se è più delicato, caldo, fiorito e dolce. Per questo si sposa bene sia con piatti dolci che salati e si può utilizzare anche per realizzare drink e cocktail, spesso unito ad altre spezie.

Quando il Macis è fresco il suo colore è rosso brillante ma, una volta seccato, tende a diventare giallo-marrone chiaro simile allo zafferano e anche l'aroma cambia diventando molto più intenso. Il suo profumo è più delicato

della noce moscata, ma più persistente. Viene utilizzato in ricette dolci e salate o per le preparazioni di drink e cocktail e può essere usato in abbinamento ad altre spezie come chiodi di garofano e cannella. Noi della Leardini Liquori Artigianali utilizziamo questi tre elementi nel nostro distillato Eremus.

Si può anche preparare una tisana, lasciandone qualche pezzo in infusione: aiuta la digestione e attenua la nausea.

Si utilizza prevalentemente a piccoli pezzetti oppure in polvere ma esiste anche la possibilità di utilizzare Macis fresco (difficile però trovarlo) grattugiandolo direttamente

Un consiglio, prova il Vin brulé con macis. Il vin brulé è una bevanda calda e aromatizzata che si beve nella stagione invernale. Per preparare il vin brulé prendete del vino rosso e portate ad ebollizione con scorze di agrumi, zucchero e spezie tra cui macis, anice stellato, cannella e chiodi di garofano per almeno 5 minuti. Quindi filtrate e servite ben caldo.

A cura dello speziologist Mauro Leardini



“Un cocktail, un bicchiere”

Ben prima dell'arrivo della miscelazione, l'uomo, spinto dall'esigenza di abbeverarsi giornalmente, inizia a cercare soluzioni per portare l'acqua o il latte dei suoi animali alla bocca. Inizia così la storia del bicchiere e di un gesto primordiale, a volte emozionante, che ancora oggi ripetiamo per dissetarci o per degustare una bevanda. Inizialmente di materiali rudimentali e con forme simili ad una ciotola, è solo qualche secolo prima di Cristo che il bicchiere incontra il vetro e dal 1° sec. D.C. inizia la sua diffusione (nonostante la scoperta del vetro avvenga ben prima). Negli anni la ricerca della perfezione e dell'estetica hanno portato risultati di eccellenza come per esempio la produzione di oggetti, tra cui i bicchieri, in vetro di Murano.

Il bicchiere è molto legato alla sua forma e al suo materiale principe che è appunto il vetro, tant'è che le due parole in inglese fanno riferimento allo stesso termine “glass”. Pertanto, fatta eccezione dei bicchieri usa e getta, possiamo considerare bicchiere un oggetto dal quale beviamo realizzato principalmente in vetro, di forma e dimensione variabile, non somigliante ad una tazza con manico (o mug).

Di bicchieri ne esistono di varie fogge e dimensioni, adatte per servire ogni tipo di bevanda: acqua, soft drinks, vino, birra, vini liquorosi, liquori, distillati e ovviamente anche cocktail. La capienza, oltre che la forma, deve essere adatta a contenere short, medium o long drink, serviti con o senza ghiaccio. È importante che il bicchiere contenga perfettamente la bevanda, ossia che il livello non risulti né troppo basso,

né all'orlo. Nel primo caso, salvo qualche scelta artistica ben ponderata, il cocktail sembrerà scarso di quantitativo, nel secondo caso diventerà scomodo sia per il cameriere che per il cliente, il quale rischia di rovesciarsi addosso la preparazione. Pertanto adatteremo il modello del bicchiere al drink e non il contrario cambiando i dosaggi.

Nelle guide di cocktail, a partire dalle prime uscite della seconda metà del 1800 a quelle dei giorni nostri, spesso troviamo un capitolo dedicato ai bicchieri e in alcune di esse si evidenzia come la varietà di tipologie presenti in un locale sia indice di cura e grande professionalità, permettendo al cliente di bere in modelli che solitamente non trova in casa. Già nel Jerry Thomas Bartender guide del 1862 e nell'Harry Johnson Bartender Manual del 1888 i cocktail vengono rappresentati con i loro bicchieri e notiamo come già al tempo certe ricette fossero legate ad una determinata tipologia di bicchiere. Diversi modelli quindi prendono il nome dai cocktail più famosi che li hanno contenuti come per esempio il bicchiere “old fashioned” nel quale preparare questo classico drink base whiskey con zolletta di zucchero imbevuta di Angostura e sciolta in uno spruzzo di seltz. In modelli come questo che consideriamo tumbler bassi, di capienza variabile tra i 25 e i 35 cl, andiamo a preparare anche ricette come americano, negroni, vieux carré, ecc... Altri modelli legati a ricette classiche sono il “Collin glass” per il Tom Collins (dissetante base Old Tom gin con limone bilanciato, allungato con seltz).

Sicuramente il più iconico modello resta quello della coppetta “Martini” o “coppetta da cocktail” legata al Dry Martini e di fatto a tutte le sue innumerevoli interpretazioni. In questo bicchiere in realtà possiamo anche servire un Manhattan, mentre se il dosaggio è maggiore utilizzeremo una doppia coppa o una coppa champagne per preparare Margarita, Boule-

vardier, sour drinks, ecc... Il quantitativo maggiore e l'allungamento di un drink shakerato richiedono una maggiore capienza.

I long drink preparati direttamente nel bicchiere prendono il nome di Highballs, in bicchieri storicamente di capienza fino a 35 cl ma che spesso troviamo di dimensioni maggiori e indicati come tumbler alti. Di forma alta e stretta sono adatti a servire gin tonic, gin lemon, cuba libre, mojito, dark'n'stormy, scotch and soda e molti altri realizzati con tecnica build e di veloce preparazione. Una coppa sombrero è perfetta per un margarita frozen, mentre dobbiamo utilizzare un Julep glass, che sia esso di vetro o acciaio, per un buon mint julep. Se pensiamo di preparare grog, Irish coffee o altri drink caldi durante la stagione invernale, sarà opportuno fornirsi di un bicchiere resistente alle alte temperature.

Certi modelli invece sembrano essere un po' spariti dal mercato come gli iconici bicchieri per preparare i pousse-café, drink nei quali gli ingredienti vengono sapientemente stratificati in base al contenuto alcolico e grado zuccherino. Stesso dicasi per i flute un tempo utilizzati per “wine cocktail” a base di frutta e spumante. Certe ricette come il moscow mule hanno il loro caratteristico contenitore, definito “mug” piuttosto che bicchiere, in quanto a forma di tazza con manico e non di vetro. Stesso dicasi per i tiki mug, spesso in ceramica, li troviamo indicati come bicchieri soprattutto se di vetro. Il bicchiere di vetro per un cocktail è sempre la scelta più gettonata in quanto la sua trasparenza esalta il contenuto rendendolo il più possibile visibile. L'estetica molte volte gioca un ruolo importante a seconda della lavorazione del bicchiere, se liscio o con decori in rilievo. Le aziende produttrici propongono numerosi modelli per tutte le tasche; avere un'ampia gamma di bicchieri in un locale è una scelta vantaggiosa anche se per motivi di spazio spesso risulta difficile. Un locale che si propo-

ne come cocktail bar in ogni caso dovrebbe avere almeno 3-4 modelli per soddisfare le richieste principali della clientela, come una o due coppette da cocktail per short drink preparati nel mixing glass o medium shakerati e filtrati, un tumbler basso per americani, negroni e altri drink on the rocks e un bicchiere tumbler alto per i long drink.

Quando prepariamo un drink servito freddo è importante che il bicchiere venga precedentemente raffreddato: per ottenere ciò possiamo conservarlo in frigo o in freezer, altrimenti dovremo procedere raffreddandolo con il ghiaccio e il cocktail spoon, avendo poi cura di scolare l'acqua formata nel caso sia servito on the rocks. Questo permetterà un minor scioglimento del ghiaccio all'interno del cocktail evitando di annacquare eccessivamente; il vetro del bicchiere ha un suo coefficiente termico e se caldo scambierà calore con il ghiaccio o il drink.

A cura di Mirko Salvagno



“5 domande a...”

5 Domande a Luca Coslovich
Bar Manager del Casinò di Montecarlo

Buongiorno Luca e piacere di fare la tua conoscenza telefonica, vuoi presentarti ai lettori di THE BAR e raccontare com'è iniziata la tua storia dietro al bancone?

Buongiorno a tutti i lettori di THE BAR. I miei inizi sono stati un po' "forzati" in quanto i miei genitori avevano un bar trattoria in un piccolo paese della provincia di Cremona. Quindi mio malgrado, al ritorno da scuola, mi toccava qualche ora dietro il banco del bar. Con il tempo, e incontrando dei professionisti, è nata la passione, quindi i primi corsi e concorsi e la volontà di migliorare, sia nel lavoro che nella vita. Ho cambiato posto di lavoro ogni volta che ho avuto l'occasione di poter migliorare, non necessariamente la situazione economica. Ho accettato posti pagati meno ma con possibilità di crescita, cosa che consiglio a chi sta cominciando ora. Viaggiare è un'altra delle bellissime possibilità che offre la nostra professione, oltre a quella di imparare le lingue e ad avere contatti con persone e personalità di tutto il mondo.

Ora che ti conosciamo un po', vogliamo sapere qualche aneddoto del tuo lavoro al Casinò di Montecarlo.

Lavoro al casino di Monte-Carlo da circa sette anni, una decina in totale nel principato di Monaco. Lavorare qui è un piacere ed un onore, anche se non è un ambiente "facilissimo" come potete immaginare. Da qui, almeno una volta passano tutti i grandi nomi. A volte per piacere, altre per partecipare ad eventi, sempre frequenti nel Principato.



Ricordo con piacere la presentazione di "No time to die" al Opera Granier, il teatro del casino (copia in piccolo dell'opera di Parigi, a firma dello stesso architetto). Alla fine della proiezione abbiamo approntato un piccolo bar al salone del principe, che ha ovviamente il suo palco d'onore, per preparare qualche Vesper ad alcuni invitati. Non vi dico la sorpresa nel vedere assieme al Principe Alberto il regista del film Cary Fukunaga e Sharon Stone, ancora bellissima. Ancora più grande il piacere quando hanno chiesto il bis del cocktail immortalato da Ian Fleming in Casino Royal. Un'altra volta sono entrato (non invitato) a vedere le prove del concerto di Jeff Beck con Jonny Deep alla chitarra, e potrei andare avanti ancora per molto.

Anche se ufficialmente ci siamo conosciuti oggi, ti seguo da almeno 20 anni... vuoi parlarmi di "theCybartender"?

Correva l'anno 1997 quando ho messo on line quello che penso sia il primo sito in italiano sul bartending. Un paio di anni prima avevo

aperto a Pavia il terzo internet café in Italia e probabilmente da lì che mi sono appassionato ad internet, anche se quello dell'epoca era leggermente diverso da quello che conosciamo. Cercando notizie sul mondo del bar mi accorsi che erano poche e quasi inesistenti in italiano. Mi misi a studiare il linguaggio HTML e con l'aiuto di qualche programma primitivo creai The Cybartender, ancora online ma in forma ovviamente diversa

Se non sbaglio il tuo ultimo progetto si chiama TastyTwist di che cosa si tratta?

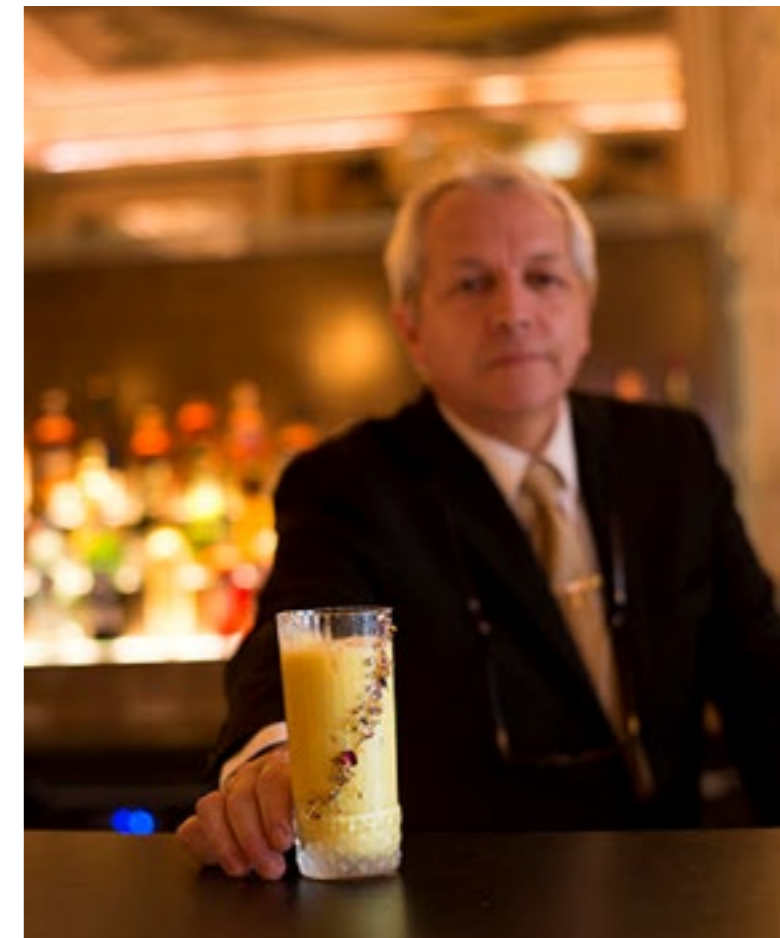
Il mondo del cocktail è in continua evoluzione, le immagini, da condividere sui social sono diventate importanti anche come strumento di marketing e promozione. L'idea di Tasty Twist nasce proprio dalla necessità di "brandizzare" i cocktails rendendoli veramente signature drink. Ma in realtà possono servire in molteplici situazioni: dalla personalizzazione per un compleanno, una festa di laurea, un matrimonio, fino al logo del locale o del barman o di un prodotto specifico. Si possono usare le decorazioni Tasty twist anche sui dolci, sui cappuccini o sulla birra, sono vegane e senza glutine, quindi adatte a tutti. L'unica accortezza, visto che non amano molto l'umidità, è la conservazione all'asciutto e l'utilizzo su bevande con la "schiuma".

Veramente molto interessante complimenti, com'è possibile ordinarle?

Per ordinarle è molto semplice: basta andare sul sito www.tastytwist.eu e scegliere il formato e la quantità ed inviare l'immagine che si vuole stampare in formato jpeg ed in 5 giorni (poste italiane permettendo) si riceveranno le decorazioni comodamente a casa, inoltre per tutti gli associati ABI c'è uno sconto del 10%

tastytwist.eu codice abi2023
(per sconto ai soci abi)

a cura di Simone Braschi



“Quattro cocktail con Vergnano”



La storia del caffè porta con sé numerose leggende: la più accreditata vuole la sua origine nel IX secolo, in Abissinia (attuale Etiopia). Da lì le bacche di caffè vennero poi esportate in tutta la penisola araba, che aveva nella città di Mokka il proprio centro di riferimento per il commercio.

Il caffè italiano e la Moka rappresentano due consuetudini diffuse nell'immaginario collettivo mondiale. Nonostante il percorso del caffè in Italia non sia stato semplice, in quanto all'inizio per la Chiesa si trattava di una bevanda non pura, il Belpaese ha saputo valorizzare le potenzialità del caffè, ideando metodi di preparazione in grado di esaltare al meglio l'aroma estratto dai chicchi.

Il caffè approdò a Venezia nella seconda metà del XVI secolo grazie ai mercanti veneziani e il primo a descriverne le qualità fu il medico e botanico padovano Prospero Alpino. Inizialmente il caffè era una bevanda molto costosa riservata agli aristocratici e il suo gusto all'inizio non piaceva.

Alla fine del Seicento il caffè cominciò ad affermarsi come bevanda degli intellettuali: la prima caffetteria aprì a Venezia nel 1683. Nel 1900 ci fu la svolta. La tecnologia si applicò alla tecnica di produzione, ideando la macchina espresso e la caffettiera Moka.

La prima macchina da caffè espresso con funzionamento a vapore risale al 1901, quando l'ingegnere milanese Luigi Bezzera ottenne il brevetto, attraverso l'intuizione dello sfruttamento dell'alta pressione per filtrare il macinato. Un'altra tappa fondamentale si colloca invece nel 1933, quando l'imprenditore Alfonso Bialetti inventò la Moka, sfruttando il principio di salita dell'acqua portata a ebollizione. Due importanti invenzioni Made in Italy che hanno stimolato l'impulso verso una continua ricerca tecnologica.

È degli anni '80, invece, la notizia di un bartender inglese che preparò un drink a base di vodka e caffè espresso, per rispondere alle esigenze di un cliente che voleva mantenere la mente lucida anche degustando un cocktail alcolico.

Era nato così l'Espresso Martini, un cocktail servito in una coppa Martini – il nome deriva proprio da qui – preparato con vodka, espresso e liquore di caffè, riconosciuto cocktail ufficiale IBA dal 2011. L'importanza e la modalità con cui il caffè entra a far parte della ricetta nei cocktail, si è ulteriormente evoluta negli ultimi anni. Se da un lato sono nati altri cocktail che prevedono l'utilizzo dell'espresso, come l'Espresso Tonic con gin, acqua tonica e caffè, non capita spesso che il caffè incontri la tequila, ma quando succede: sei pronto per una sorpresa l'Espresso Margarita! Questa versione dell'Espresso Martini combina tequila con Kahlua, liquore all'arancia e caffè espresso per un sapore ricco e agrodolce. Scuotendolo si ottiene un condimento deliziosamente spumoso.

Il Dalgona Coffee Cocktail si ottiene invece miscelando Baileys e vodka prima di aggiungere un ciuffo di caffè montato come tocco finale. Bello da vedere e delizioso al palato, questo cocktail è la coccola invernale per eccellenza. Un altro esempio è un twist del più bevuto Old Fashioned, in versione dopo cena. Risulta più aromatico dell'originale grazie al whisky scozzese e al caffè zuccherato. È composto da: Bourbon whisky, Talisker skye whisky, caffè espresso, sciroppo di zucchero, bitter all'arancio, bitter Peychaud's.

È quindi d'obbligo constatare che l'utilizzo del caffè nella miscelazione è andato oltre il vero espresso, e che l'utilizzo ormai vario del chicco è noto nelle sue forme in tutto il mondo. Non ci resta che sperimentare il nostro miglior modo di gustarlo.

A cura di Tony Congia



“Caffè bio, il sapore della terra”

Da gennaio 2022 entrerà in vigore il nuovo regolamento sul biologico che pone l'attenzione sulla biodiversità, sullo sviluppo rurale, sulla salvaguardia delle risorse ambientali e sui criteri di benessere animale, temi di forte interesse per i consumatori di oggi.

Il nuovo regolamento promuove lo sviluppo sostenibile della produzione biologica ed ha come obiettivo:

- garantire una concorrenza leale per gli agricoltori e gli operatori del settore;
- prevenire le frodi e le pratiche sleali;
- migliorare la fiducia dei consumatori nei prodotti biologici.

Parlando di caffè, si sa, si prende in considerazione la bevanda più popolare del mondo, apprezzato soprattutto al mattino, ma gradita anche nelle pause a lavoro, in famiglia e con gli amici.

Caffè biologico, anche detto organico!
Caffè biologico, di cosa parliamo? Nel momento in cui lo sentiamo nominare, si inquadra quel caffè coltivato senza l'utilizzo di pesticidi e concimi chimici, nel totale rispetto della natura e delle sue caratteristiche, ma soprattutto dell'integrità del prodotto finale.

Se non sapete cosa sia il caffè biologico, è tempo di scoprire e riflettere sul perché dovrete comprarlo, preferirlo ad altri, anche perché la qualità dei prodotti biologici generalmente supera quella dei prodotti non organici.

La coltivazione avviene all'ombra di alberi molto alti che forniscono umidità e riparo dal sole creando un clima perfetto che aiuta la pianta di caffè di alta qualità; inoltre, tale processo cerca di contribuire al miglioramento del substrato, utilizzando tecniche che lo rendono più fertile e non impoveriscono le proprietà minerali dei terreni.

Coltivazione biologica

Le aziende produttrici di caffè biologico non utilizzano fertilizzanti o pesticidi sintetici e in più operano in un terreno privo di tracce di organismi sintetici da almeno cinque anni.

In una gestione biologica globale i cicli e le attività del suolo escludono l'utilizzo di organismi geneticamente modificati.

Il coltivo biologico è inoltre obbligatoriamente soggetto a uno standard predefinito e a specifiche e rigorose norme che ne consentono la certificazione. Il controllo e la certificazione sono effettuati da marchi internazionali ufficiali e indipendenti, come Ecocert nel paese produttore.

Perché bere BIO?

1. È ricco di proprietà utili per la salute: fornisce antiossidanti, vitamine e genera molti altri benefici derivati dal suo consumo.
2. Utilizzandolo non verrai a contatto con pesticidi, prodotti chimici o fertilizzanti.
3. Il BIO contribuisce alla riduzione delle emissioni di gas serra, dannose per la salute del pianeta, che lasciano il posto ai cambiamenti climatici. In breve, contribuirete a prendervi cura dell'ambiente in generale.
4. Infine un'altra ragione che sicuramente non avete immaginato: il caffè biologico aiuta la conservazione della nostra fauna perché le coltivazioni di caffè biologico aiutano allo sviluppo e alla salvaguardia soprattutto di volatili e insetti, rispettando il loro habitat naturale.

Curiosità

La filiera che porta alla certificazione Caffè Or-

ganico o Caffè Biologico è molto rigida e parte sin dalle prime azioni con e sui chicchi.

Tutto il processo di preparazione viene basato sulla più assoluta trasparenza: il produttore è tenuto a indicare giornalmente sia tutti gli eventi della piantagione, sia la natura e la quantità dei prodotti utilizzati per la coltura; durante lo stoccaggio e il trasporto vengono segnati e registrati elementi e materiali per evitare ogni possibile contaminazione; nel processo di torrefazione, quindi dalla trasformazione al confezionamento, vengono mantenuti e rispettati i medesimi principi.

Ogni caffè BIO, dunque, per essere considerato tale, inizia la sua vita dai chicchi di caffè coltivati senza l'utilizzo di fertilizzanti chimici, additivi e pesticidi. Tutte le pratiche di raccolta e lavorazione devono essere riconosciute come organiche da un ente esterno, assicurando così ai consumatori l'effettiva produzione genuina del prodotto.

Ad oggi le certificazioni biologiche in Italia sono regolamentate e garantite dalle norme sovranazionali europee: ogni stato membro ha incaricato autorità pubbliche e organismi di controllo privati di eseguire le rigorose e necessarie ispezioni.

In Italia gli organismi che possono effettuare i controlli richiesti e rilasciare quindi la certificazione di caffè biologico sono autorizzati dal Ministero delle politiche agricole e forestali e a loro volta sottoposti al controllo del Ministero stesso e delle Regioni.

A cura di Simone Toppi



“Concorso Interregionale A.B.I. Professional Sezione Lazio - Umbria”

Come è consuetudine ogni anno si svolgono i concorsi regionali delle sezioni facenti capo ad Abi Professional, dopo essere stati ospitati lo scorso anno nella splendida cornice della costa abruzzese in quel di Pescara il cospicuo numero di soci che hanno aderito alla partecipazione al concorso ci ha spinti ad organizzare l'evento nel cuore della Capitale italiana. Siamo nel Giardino dello splendido Hotel Milton Rome posizionato a pochi passi da San Giovanni in Laterano, Stazione termini, Piazza Vittorio Emanuele, Porta Maggiore e Acquedotto Romano, una location unica.

La mattina del 22 Maggio scorso alle 10:00 con puntualità il concorso ha avuto inizio con i concorrenti che ambivano a posizionarsi ai primi due posti in classifica per accedere di diritto alla partecipazione al Concorso Nazionale Abi Professional del prossimo novembre a Roma. 11 i concorrenti in gara, un livello professionale di alto livello a detta dei giudici di degustazione ma anche secondo il mio giudizio che per l'occasione era quello di Giudice tecnico in pedana. Nel giardino erano presenti parenti e amici dei concorrenti ma anche clienti stranieri e italiani dello stesso hotel che ci ha ospitati. Ai lati del banco di concorso gli sponsor hanno allestito dei desk per la degustazione dei loro prodotti, presenti Fabbri, Leardini Liquori Artigianali, Gruppo Montenegro, Caffè Vergnano, Maschio e Campari.

Dopo la competition Abi si è svolto il primo concorso Caffè Vergnano, nuovo sostenitore della nostra associazione, si sono presentati 10 concorrenti di cui solo uno di loro sarebbe andato a rappresentare la sezione al Nazionale. Dopo una pausa di 40 minuti per un light lunch sono entrati in pedana i 9 concorrenti iscritti

al Premio Caselli Umberto. Presenti alla manifestazione il coordinatore regionale Ciro Langella, il Consigliere Nazionale Carmine Mattia Perciballi, Mario Raggi della AMIRA (associazione maitres italiani ristoranti e alberghi), Nicola Rosati della F.I.C. (Federazione Italiana Cuochi), Riccardo Ponzianelli (A.i.b.e.s.) e Andrea Martinelli barman e produttore Distillati e Liquori. Per gli sponsor erano presenti, Alfredo Sordillo area manager Fabbri centro-sud Italia e Leardini Mauro e Leonardo per il Liquorificio Artigianale Leardini.

Alcuni numeri della manifestazione

- 13 ricette pervenute per concorso Abi Professional.
- 11 concorrenti si sono presentati per concorso Abi Professional.
- 10 ricette pervenute per concorso Vergnano.
- 10 concorrenti si sono presentati per il concorso Vergnano.
- 9 concorrenti hanno partecipato al concorso Caselli.
- 16 soci di cui 14 presenti alla manifestazione.
- 42 Ospiti presenti fra sponsor Abi, parenti e amici dei concorrenti nonché clienti dell'hotel.
- 98% è stata la percentuale di concorrenti che hanno partecipato rispetto al numero di soci iscritti.
- Orario del programma di concorso: RISPETTATO AL 100%



Premi assegnati al Regionale Lazio e Umbria del 22 Marzo 2023

- 1 classificato ABI Pinos Emanuele (finalista al Nazionale 2023)
- 2 classificato ABI Olivieri Federico (finalista al Nazionale 2023)
- 3 classificato ABI Maffia Michela
- Migliore finger food a Domenico Palladino
- Migliore decorazione a Domenico Palladino
- Migliore tecnica a Giorgio Scalia
- Premio Vergnano a Cicconi Alessandro (finalista al Nazionale 2023)
- Premio Caselli a Ugo Barbi

Queste le ricette che si sono aggiudicati i primi premi;



**1° Classificato Concorso Abi Professional
Pinos Emanuele
Hotel Punta Rossa
San Felice Circeo (latina)**

VENUS
40 ml Gin Leardini
30 ml Liquore Barruel al roibos Leardini
30 ml Select
Dash Fernet Branca

**Mixare e versare in coppa cocktail fredda
Decorare con tribale di bucce di agrumi
Side di rotolini di salmone affumicato in salsa di cipolle caramellate.**

**2° Classificato Concorso Abi Professional
Olivieri Federico
Arca social Club – Roma**

AVENTURINE
20 ml Prime uve bianca Maschio
20 ml Chartreuse verde
20 ml Maraschino Luxardo
20 ml Succo fresco di limoni primo fiore

**Shakerare e servire in coppa cocktail fredda
Decorare con verbena odorosa
Side di salmone scozzese in salsa di menta limonata e crostini di pane di segale al burro di arachidi.**



1° Classificato Caffè Vergnano
Cecconi Alessandro
Caffè Cairolì – Ciampino (roma)

SHADOW COFFEE
 30 ml Caffè Vergnano
 45 ml Ron añejo7 años
 30 ml Domaine de Canton
 8 ml Chocolate bitters
 2 spoon Zucchero Muscovado

Shakerare e versare in coppa cocktail fredda
 Decorare con zenzero caramellato e side di crostata allo zenzero, crema pasticceria e mele

Ottima l'Ospitalità dell'azienda Milton Hotel Rome rappresentata dal direttore Diego Langella. Prossimo appuntamento nel Lazio con il concorso Nazionale di Roma 7-8-9 novembre 2023.

A cura di Perciballi Carmine Mattia



“Formazione post-diploma”

ABI PROFESSIONAL E LA SPECIALIZZAZIONE

Fondazione Minoprio di Como in collaborazione con IPSEOA Carlo Porta organizza un incontro con i giovani che si apprestano a conseguire la maturità .

L'otto maggio 2023 nella sala convegni dell'istituto Carlo Porta di Milano, i rappresentanti delle professioni dell'ospitalità hanno intrattenuto una folta platea di giovani maturandi. Fondazione Minoprio di Como tramite Andrea Tormè, loro coordinatore dei corsi ITS, e i docenti che si dedicano alla formazione, hanno illustrato gli argomenti che vengono affrontati nella formazione post diploma.

I corsi saranno un approfondimento professionale di argomenti utili alla crescita dei giovani che si apprestano ad entrare a collaborare con le aziende della ristorazione e dell'ospitalità. A questa importante mattinata, sono intervenuti anche rappresentanti di aziende alberghiere con ottimi propositi di inserimento nell'organico dei giovani professionisti.

ABI Professional ha presentato un progetto di formazione che consiste nel fare esperienza in laboratori al di fuori della sede scolastica. Il referente delegato a seguire i corsi è Gianmario Artosi che, con l'aiuto di un gruppo di altri soci ha organizzato incontri presso hotel, aziende del beverage e bar della città di Milano.

Il direttore generale di Planetaria Hotels il Dottor De Crescenzo ha messo a disposizione di ABI Professional due sale all'hotel Enterprise affinché diventino sede di incontri didattici.

a cura di Gianmario Artosi





L'intervista

“BRICIOLA”

Incontriamo Giuseppe Ruffino in arte “Briciola”, siccome ci piace sentire le storie di altri tempi, di quando la Passione si coltivava lentamente con i torcioni ad asciugare tazze e bicchieri, con le ramazze a mondare pavimenti in teak o marmo pregiato, a spolverare gli ottoni e le boiserie e lucidare gli argenti. Ecco allora cosa ci racconta Briciola.

“Allora io all’età di 15 anni ho cominciato a fare questo lavoro come commis di bar, perché mi è sempre piaciuto essere in contatto con le persone, avevo un anziano barman molto bravo, gli avevo confidato che mi sarebbe piaciuto fare quel mestiere, ma mi ha detto subito “tu devi solo fare il caffè e lavare i bicchieri per adesso”. Ero al Ferrino bar di Biella. Visto che mi piaceva e che poi man mano incominciavo a fare qualcosa di più che lavare e pulire, mi sono poi spostato al Golf le Betulle, sempre a Biella, avevo 16 anni.

Briciola, nasce a Vercelli, ma solo perché la madre era di passaggio in quella città e ha deciso di farlo nascere un po’ prima, ma effettivamente è di Biella, successivamente decide di migrare definitivamente in Valle d’Aosta.

Al pensiero di abbandonare il Golf di Biella, che già a quei tempi, parliamo del 1966, era inserito nei migliori campi da golf d’Europa, si sentiva un po’ perso ma la voglia di cambiare, vedere qualcos’altro, la voglia di girare il mondo lo convince a trasferirsi nella vicina Courmayeur. Lì trova un impiego come cameriere di sala e si fa una bella esperienza culinaria, ma non gli basta. Sente parlare di un bravo barman che aveva girato il mondo con le navi ed era appassionato di Whisky. Aveva un locale a Salò “Whiskyteca Edward & Edward” ma tutti la chiamavano “dal Baffo” soprannome dato al Barman. Ben presto Briciola va a lavorare a Salò. Edoardo Giaccone, detto “il Baffo”, nato in Liguria, apre questo locale nei primi anni sessanta, si trasferisce con tutte le sue bottiglie alla fine dell’80 a Gardone Riviera fino a chiudere e vendere tutta la sua collezione alla fine del ‘900. Collezione composta da un immenso numero di bottiglie, alcune di rarissimi whisky di tutto il mondo. Per gli appassionati un vero e proprio Santuario da visitare in rigoroso silenzio.

In questo Museo del buon bere frequentato dai ricchi vacanzieri del lago di Garda, Tedeschi, Inglesi e spesso Americani, Briciola affina le sue conoscenze in materia di distillati nobili e le sue competenze all’accoglienza e alla vendita. Dopo un ricco periodo carico di esperienze positivissime rientra in Valle d’Aosta per approdare a Cervinia, negli anni ‘70, e va da Pippo Marcantoni affermato professionista. A seguire il Black All, un piccolo bar molto ben frequentato, dove Briciola gestiva con dovere i desideri dei clienti. Dalla montagna al mare, anzi dentro al mare e che mare. Briciola decide di andare sulle navi.

Su barche da diporto gestisce tutto il food and beverage di lussuose imbarcazioni a spasso per il mare di Sicilia soprattutto le Eolie. Potremmo dire che i luoghi ristretti lo fanno stare bene. Da 45 metri del Black All ai 45 metri delle barche, Briciola si fa così due stagioni al mare per poi rientrare nella Valle d’Aosta di nuovo a Cervinia, all’hotel Hermitage. “A Cervinia all’Hermitage ho avuto una bellissima clientela, raffinata e anche se esigente, riuscivo a farli stare bene e accoglierli come se fossero a casa loro. Peter Gabriel e sua moglie volevano solo farsi servire da me. Sapevo cosa volevano e come serviglielo al meglio, erano delle persone stupende” così ci racconta Briciola. Ovviamente oltre al loro c’erano anche altri personaggi illustri dalla cultura alla politica e anche allo sport. Ovviamente quando si parla di sport in montagna si parla di atleti delle discipline sulla neve come la nazionale francese di discesa libera maschile e il loro campione del mondo, specialista nella libera, supergigante e combinata, Luc Alphand.

Peter Gabriel in una sua vacanza ha festeggiato lì il suo compleanno e siccome è coetaneo di Briciola lo ha voluto tutti i costi al suo tavolo. Così ha sorseggiato champagne con lui e la sua consorte, con Richard Branson (patron di Virgin) celebrando fino a tarda notte. Un altro personaggio, e che personaggio, che chiedeva di essere servito solo da Briciola era l’ex presidente russo Dmitrij Medvedev che amava sorseggiare la grappa ai lamponi che gli preparava e dopo una serie di ripetute di grappini passava, per terminare, col Fernet rigorosamente liscio che beveva, non alla russa (one shot), ma degustando lentamente come a cogliere tutti gli ingredienti che compongono quel liquore. L’Hermitage che divenne ben presto Relais & Château ovviamente era frequentato anche da ricchi Cinesi e Briciola ne ricorda uno in particolare che veniva da Hong Kong, appassionato di vini in versione magnum e king size, soleva far portare e stappare le bottiglie da lui e poi

gli offriva sempre un buon bicchiere, spesso gli chiedeva di restare a sorseggiare il vino sino alla fine, questo era spesso un’impresa epica.

Nella piacevole chiacchierata con Briciola è poi emerso un flash back carinissimo e non me ne voglia ma mi piace raccontarvelo in queste poche righe. Anche perché sono un giusto ritorno alla frase di introduzione a questo mio scritto. “ho iniziato a lavorare in albergo perché a Biella, quando ero piccolo, ne avevano appena costruito uno e tutte le volte che ci passavo lo guardavo e restavo completamente affascinato” così racconta Briciola “finita la scuola prendo il coraggio a due mani, entro e mi propongo per un lavoro, ovviamente non sapendo fare nulla mi mettono alla plonge del ristorante e premetto che allora non c’erano lavastoviglie, si faceva tutto a mano in grandi vasche con i rubinetti messi in altezza, e io ero un po’ minuto e non arrivavo al bordo delle vasche, così mi mandarono al bar. E’ lì che inizia il mio percorso di una lunga carriera professionale dietro il banco bar.

a cura di Fiorenzo Colombo





“Briciola” con Branson



“Briciola” con Peter Gabriel

“Angostura, storia sudamericana”

Difficile per noi immaginare o proiettarsi nello svolgimento di una guerra di duecento anni fa, i combattimenti erano quasi sempre corpo a corpo alla baionetta, i fucili poco precisi costringevano ad un avanzamento delle truppe che si fronteggiavano a pochi metri e Napoleone sfruttava i rimbalzi delle palle da cannone per falciare i soldati avversari a mo di birilli. Ebbene, in tutto questo marasma dove si moriva ancora di dissenteria e il cerusico bravo era quello che –senza anestesia- amputava nel più breve tempo possibile gli arti colpiti dai proiettili; Si colloca il Dottor Siegert, prussiano.

La guerra di cui parliamo è quella promossa da Simón Bolívar, “El Libertador” come amano definirlo ancora oggi i sudamericani; che, approfittando di una debolezza del governo spagnolo impegnato nelle guerre napoleoniche, libera il Venezuela e buona parte del Sudamerica.

Le condizioni terribili dei soldati portano il dottore a creare un rimedio per l'inappetenza la digestione e altri malanni che affliggono i combattenti: inventa l'Angostura, un bitter aromatico a base di genziana, cusparia febbrifuga, chiodi di garofano, cardamomo, essenza di arance amare e altri elementi tutt'ora segreti.

Gli effetti sono palpabili, al punto che il rimedio conosce una buona popolarità e varca i confini di quelle terre grazie anche ai marinai che lo portano in tutto il mondo.

Difficile dire se le erbe sono estratte per macerazione, infusione o, come solitamente succede per questi tipi di bitters, per lisciviazione ovvero, in un ambiente saturato di erbe viene

immesso un solvente (nel nostro caso alcool) e si estrae ripetutamente dopo un tempo di infusione.

Fatto è che abbiamo un prodotto ad alta gradazione alcolica (oltre i 44° vol.) con una aromaticità esplosiva, un vero e proprio concentrato di profumi: poche gocce e le pietanze o, meglio ancora, i drink miscelati acquistano personalità.

Le note balsamiche aprono ad un forte sentore di chiodi di garofano che lasciano subito dopo spazio a eucalipto, genziana e chi più ne ha, più ne metta: la sensazione di amaro sul finale non è sgradevole ma apre la fantasia per combinazioni infinite.

Il primo utilizzo nella miscelazione pare sia stato nel “pink gin”, e poi nel Manhattan, nell'old fashioned.

Impossibile pensare a certi drink senza questo ingrediente; chi scrive è abbastanza contrario all'allontanamento delle ricette originali ma devo ammettere che in certi “americano” fatti con vermouth di scarsa incisività, un paio di gocce della salvifica sostanza di cui sopra le vedrei bene ...

Proprio perché questo prodotto è difficile da somministrare come altri alcolici nella misura di uno shot (ma non impossibile, come vedremo), vorrei porre il focus su alcuni cocktail che hanno beneficiato delle miracolose gocce in maniera determinante per la propria popolarità

Il “Manhattan” è il primo esempio e forse il più eclatante. Nasce nel 1870 durante il ricevimento del senatore Tilden per opera delle mani della madre di Churchill.

Le ricette variano nel tempo, sembra nasca con il “Dubonnet”, contraddicendo le cronache

dell'epoca che lo vorrebbero con dell'Italian vermouth già allora. Si alternano nel tempo l'uso del Canadian Whiskey con il Rye American ma un ingrediente insiste in questi 150 anni: l'Angostura! La sua amaricazione che si vorrebbe nella misura di una goccia, fa sì che gli ingredienti si fondano ancora meglio e facciano esprimere maggiormente il turbine di spezie del drink e la lieve piccantezza che lascia il distillato di segale; in questo che viene considerato universalmente tra i migliori aperitivi. Penso poi all' "Old Fashioned" e mi riferisco a quello codificato nel 1961 certo, buone tutte le versioni che si sono succedute nel tempo ma il romanticismo prevale e il mio pensiero corre a quella versione dove la frutta è presente e si fa sentire. La leggenda di questo drink nasce nel 1880 a Louisville nel Kentucky ed anche qui troviamo come costante la presenza dell'angostura.

Gocce del bitter su una zolletta di zucchero ed il composto verrà sciolto con uno spruzzo di selz (poco, che fa male!) quindi completato da 5 cl di bourbon whiskey, fetta di arancia e fetta di limone, un paio di ciliegie al maraschino per accontentare i più golosi e si finisce col ghiaccio. La polibibita (voglio scomodare anche i futuristi) è pronta: durante la preparazione potrete premere lievemente sulla scorza degli agrumi e rendere ancora più sexy questo cocktail equilibratissimo dove l'amaro del bitter viene smorzato dallo zucchero e gli aromi di arancia amara esaltano la frutta, il tutto fuso egregiamente nel profumo caldo e dolce del mais utilizzato per il distillato.

Un'altra invenzione seducente è il cocktail champagne, una ricetta trascurata che trova riscatto in bar che abbiano un occhio attento alla qualità ed una clientela che non teme osare.

La data di origine è incerta e si colloca negli anni '30 del secolo scorso: cocktail vincitore di un premio organizzato da un giornalista, ma già nel 1862 Jerry Thomas lo aveva inserito nella sua guida.

In questo caso è la versione dell'ultima codifica quella su cui vorrei porre l'accento perché la trovo veramente attuale: la zolletta di zucchero, anche in questo caso imbibita di Angostura, viene incorporata al cognac quindi del Grand Marnier (facoltativo), poche gocce bastano; si completa il cocktail con dello champagne. Il bicchiere una coppa Asti e scorza di arancia ad insistere sui profumi di agrumi. Fine della ingombrante fetta d'arancia nel flute, bicchiere che concentrava gli effluvi del composto.

Finisco con un riferimento doveroso ad un'ultima miscela presente nell'ultima codifica: il "Trinidad sour" creato da un barman italiano, Valentino Bolognese nel 2008 e riscoperto poi da un altro collega: Giuseppe Gonzales. La ricetta è il trionfo dell'ingrediente di questo articolo:

"Trinidad sour"
45 ml Angostura
30 ml sciroppo di orzata
22,5 ml succo di limone
15 ml Rye Whiskey
Mixing glass e coppa cocktail
Prosit!

a cura di Paolo Azzoni



"Prodotti in vetrina"

Tra le novità degne di nota nel mondo dei distillati, oggi in vetrina un'eccellenza 100% italiana: AVOLA RUM.

Un Rum agricolo in commercio da Giugno 2021, grazie alla capacità del Direttore del consorzio della mandorla d'Avola e del Consorzio della canna da zucchero siciliana, Corrado Bellia, di recuperare l'antica produzione di canna da zucchero siciliana e di creare con essa un prodotto di nicchia unico nel suo genere. Avola Rum è, infatti, il primo Rum creato da puro succo di canna da zucchero siciliana.

La coltivazione della canna da zucchero era stata introdotta nella regione già dagli arabi nell'800 ed era una delle fonti più redditizie di tutto il territorio. A causa di cambiamenti climatici e dell'ingente quantità d'acqua necessaria per la produzione, tuttavia, venne abbandonata un po' ovunque. Solo nella cittadina di Avola continuò ad essere coltivata. Questo successo fino a fine '800, quando fu interrotta anche qui per poi essere ripresa, a partire dal 2018, grazie a Corrado Bellia. Ogni lotto di produzione è unico e le quantità sono limitate. Le canne da zucchero vengono selezionate nelle diverse contrade e raccolte, in base al grado zuccherino raggiunto, in diversi mesi dell'anno (da dicembre ad aprile). Vengono ripulite, spremute e lasciate a fermentare dai 4 ai 15 giorni per poi essere distillate in pot still e bagnomaria. La coltivazione della canna da zucchero viene mantenuta costante grazie al riutilizzo delle cime di ogni pianta per le nuove piantagioni realizzate nel periodo primaverile. Ogni bottiglia è accompagnata da una scheda che descrive dettagliatamente il prodotto (dal numero di lotto della distilleria a quello di produzione, all'anno e alla contrada di produzione, alla data di inizio raccolta a quella di spremitura del

succo, di distillazione e di imbottigliamento, giorni fermentazione, gradi fermentato, gradi distillazione, grado miscelato ecc.). Una chicca per i veri intenditori.

Un altro prodotto degno di nota, creato per gli amanti del bere e per i collezionisti è il London Dry Gin artigianale J. Rose by Milo Manara. L'azienda collocata in Puglia nasce da un'idea di Dario Rosselli, distillazione tramite caldaia a vapore e alambicco in rame, rigorosamente alcool di cereali del tavoliere e bacche di ginepro selvatiche, bergamotto e mandarini dalla vicina Calabria, Corteccia di quercia, fiori di fico d'india, maca peruviana, coriandolo, angelica. Al naso si presenta pungente e caldo, al gusto fresco, morbido ed equilibrato grazie alle note agrumate, un retrogusto fruttato e note tostate che ricordano frutta secca ed in particolare noci e nocciole sono date dalla corteccia di quercia. J. Rose London Dry Gin si ispira all'Italia e a tutte le sue bellezze, naturali e artistiche. Queste vengono rappresentate con l'utilizzo, nelle etichette, di un impasto fatto con le stesse materie prime utilizzate per la realizzazione delle famose statue e dei famosi monumenti italiani, Marmo di Carrara e Travertino Romano. Su di esse otto disegni realizzati dal famoso maestro del disegno erotico Milo Manara, icona del settore fumettistico. Sul tappo in legno naturale con gambo sintetico, un piccolo pugnale in zama. Un prodotto unico da degustare, ammirare, collezionare o regalare.

a cura di Deborah di Maggio



“La nascita della distilleria Caffo”

Sono passati oltre 70 anni da quel 1° febbraio 1952, quando il nonno di Nuccio Caffo, Sebastiano, metteva per la prima volta piede a Limbadi in Calabria, per vedere una piccola distilleria a fuoco diretto, ferma da qualche tempo, di proprietà di un suo conoscente, il signor Biondi di Gravina di Catania. Negli anni del dopoguerra, insieme a due dei suoi fratelli, aveva deciso di ampliare l'attività avviata dal padre Giuseppe a S. Venerina (Catania) già a fine '800 e dopo aver valutato altre ipotesi in Sicilia, quella di spostarsi al “continente” fu ritenuta la più valida anche se la più difficile. Furono anni di duro lavoro, che comportarono grandi cambiamenti e sacrifici per l'azienda e per la famiglia Caffo. La scelta fatta 70 anni fa dai fratelli Caffo, rappresenta la base di quello che vediamo oggi.

All'inizio la produzione del Vecchio Amaro del Capo era di poche bottiglie, per lo più vendute tra Capo Vaticano e Tropea.

L'azienda è passata dall'1% di quota di mercato negli anni '90 all'attuale 40%. Oggi è venduto in oltre 70 paesi di tutto il mondo. Nuccio Caffo: «Possiamo dire che il fattore vincente della nostra crescita sia proprio l'automazione a 360 gradi dei processi»



Siamo negli anni '70 le due splendide località hanno fatto da “vetrina” all'amaro. Con gli anni, il Vecchio Amaro del Capo è diventato icona e simbolo della Calabria intera.

Il successo in un amaro, un successo grazie a un prodotto inimitabile, che ha l'anima e il cuore interamente in Calabria.

Parliamo di un'azienda che è passata dall'1% di quota di mercato negli anni '90 all'attuale 40%, venduto in 70 paesi al mondo, grazie ad una strategia incentrata sull'innovazione pensata con un orizzonte di lungo periodo e basata sull'alleanza con il mondo della ricerca.



Per Nuccio Caffo amministratore delegato di Gruppo Caffo 1915, la carta vincente è quella dell'innovazione. Ma nel rispetto della tradizione. E non a caso l'Antica Distilleria F.lli Caffo si è aggiudicata il premio 'Innovazione Smau 2022'.

La linea imprenditoriale di Gruppo Caffo 1915 oltre ad eccellere per l'alta qualità, si distingue anche per le innovative strategie produttive. E di tutto ciò il Gruppo ne va fiero: «Innovare la tradizione: i processi si automatizzano, le materie prime e la qualità rimangono invariate: la Distilleria F.lli Caffo abbraccia le strategie dell'industria 4.0. Gruppo Caffo 1915 nel Polo dell'Innovazione, ha inserito nella creazione di un originale modello di trasferimento tecnologico basato sulla Rete delle Hall Tecnologiche, spazi all'interno delle imprese che ospitano

sistemi pilota necessari a sperimentare, reinterpretare e testare innovazione di processo e di prodotto con il fine ultimo di applicare l'innovazione direttamente ai processi produttivi industriali».

«Mi piace sottolineare - dice Nuccio Caffo - come la tradizione non sia altro che l'innovazione del passato ben riuscita. Le nostre tradizioni quindi già racchiudono innovazioni di successo consolidate».

Il Vecchio Amaro del Capo, oggi prodotto nel modernissimo stabilimento, alimentato da pannelli solari è un esempio importante di questo processo di innovazione aziendale. L'infuso viene realizzato in un impianto creato “su misura” per Caffo che riproduce gli antichi sistemi di estrazione dinamica, ma con l'applicazione di tutte le innovazioni oggi possibili come, per esempio, il dosaggio automatico degli ingredienti, il controllo e la gestione delle temperature di infusione, la gestione dei tempi, il blend dei vari infusi per ottenere il prodotto finale.

L'azienda dei fratelli Caffo oggi è in grado di rispondere alle richieste di un mercato in continua crescita, ma anche di realizzare prodotti nuovi, basati sulla valorizzazione di botaniche del territorio, come per esempio del Ginepro Fenicio per Emporia Gin e su modalità di produzione e confezionamento sempre più efficienti.

Ancora Nuccio Caffo: «Possiamo dire che il fattore vincente della nostra crescita sia proprio l'automazione a 360 gradi dei processi. La strategia basata sull'“Innovation Through Tradition” è stata premiata dai numeri. Oggi, rispetto al momento in cui è stata avviata l'esperienza del Polo di innovazione, la nostra azienda ha raddoppiato il proprio fatturato dei prodotti storici, ha realizzato nuovi prodotti, e di conseguenza ha moltiplicato il numero delle bottiglie vendute ogni anno nel mondo».

La pubblicità è sempre stata efficace e azzeccatissima. Come l'ultimo spot che ha riscosso un grande successo. È il trionfo delle immagini della Calabria bella mentre ammalia il sound ipnotico del jingle firmato da N. A. I. P., alias Michelangelo Mercuri artista calabrese. Spiega Nuccio Caffo: «Oggi, Vecchio Amaro del Capo è l'“amaro più amato” in Italia ed è presente in oltre 70 Paesi nel mondo, comprese le lontane Isole Hawaii e Virgin Islands, dove esportiamo da anni. Un successo planetario che abbiamo ottenuto con la nostra determinazione e caparbietà tipicamente calabresi».

Il Vecchio Amaro del Capo da sempre si fregia dell'appellativo 'Liquore d'Erbe di Calabria'. Dice Pippo Caffo: «Ho sempre creduto nel legame tra territorio e prodotto, infatti già negli anni Settanta avevo ideato la prima campagna pubblicitaria di lancio del prodotto, che veniva trasmessa dalle radio locali. Lo spot metteva in evidenza le peculiarità di Vecchio Amaro del Capo in contrapposizione ai prodotti internazionali in voga in quegli anni (Il testo era: “Non è Olandese, né Tedesco e né Ungherese, ma è solamente il Vecchio Amaro di casa nostra. Vecchio Amaro del Capo, liquore d'erbe di Calabria. Ghiacciato è formidabile».

Bella la testimonianza di Pietro Contartese uomo di fiducia della famiglia Caffo, storico dipendente della distilleria: «Ricordo bene la prima volta che nel 1951 vidi Pippo Caffo, aveva 6 anni e i pantaloncini corti mentre io ero un po' più grandicello perché di anni ne avevo 9. Pippo, le sorelle e la mamma abitavano ancora in Sicilia e venivano a Limbadi di tanto in tanto. Fino al trasferimento di tutta la famiglia in Calabria, erano i tre fratelli ad alternarsi alla conduzione della distilleria.

Una figura che non dimenticherò mai è quella di Sebastiano Caffo che per me è stato come un secondo padre. In pratica è stato lui a crescermi» Nuccio Caffo ha ovviamente le idee chiare

sugli interventi indispensabili per le imprese del Sud: «A parte l'ottimizzazione della logistica, per un vero rilancio del Sud servirebbe l'azzeramento di tutti gli incentivi e l'utilizzo delle relative risorse per un intervento "strutturale" di almeno 30 anni, che consenta di trasformare l'Italia meridionale (o almeno le zone più svantaggiate) in una grande No tax area, dove la mancanza di servizi, filiere e opportunità venga "compensata" da uno sconto fiscale per chi decide di insediarsi ed investire.

Sappiamo che l'azzeramento totale delle tasse è impossibile -sostiene Caffo- si può percorrere la via di una tassazione differenziata rispetto alle aree più ricche". E come sempre, è presente al Salone internazionale dei vini e dei distillati con la sua gamma di prodotti premium per i professionisti e il canale ho. re. ca che già conoscono e apprezzano Vecchio Amaro del Capo, l'amaro più venduto in Italia.

Ma la grande novità presentata in prima assoluta in Italia è Clementino della Piana, liquore naturale a base di clementine di Calabria, un pregiato agrume che nasce dall'incrocio dell'arancia amara con il mandarino.

Un anno fa ha debuttato il Consorzio nazionale grappa in occasione della scorsa edizione del Vinitaly. Sebastiano Caffo è presidente del Consorzio: «La grappa all'estero nel 2022 è cresciuta del 23%, un ottimo risultato». Tanto che si parla di prodotto della tradizione contadina italiana, un'eccellenza italiana quale veicolo del made in Italy per i mercati internazionali. Tra i tanti progetti della Distilleria è stato presentato in questa prima edizione ad una platea di bartender, a Limbadi, presso lo stabilimento della Distilleria F.lli Caffo nel quale ha sede anche AKADEMIA CAFFO, in rappresentanza di due delle più importanti associazioni di professionisti: ABI (Associazione Barmen Italiani).



L'AKADEMIA CAFFO, è ispirata dal termine greco "Akad meia" (il nome con il quale fu conosciuta la scuola fondata dal filosofo e scrittore greco antico Platone ad Atene) ed evoca, dunque, finalità culturali e divulgative. È stata concepita come un'istituzione permanente di studiosi ed esperti, allo scopo di promuovere la cultura dell'arte distillatoria e di prodotto, condividere i metodi a supporto di una produzione artigianale e per diffondere le tematiche connesse alla creazione di nuovi prodotti. Un luogo di approfondimento e di condivisione delle conoscenze di più alto livello, sul ruolo della ricerca e degli studi alla base di nuove realizzazioni e modalità d'uso dei prodotti, liquori e distillati.

Conoscenze e storia testimoniate in prima persona da Pippo Caffo, presidente di Gruppo Caffo 1915, depositario, insieme al figlio Nuccio, della storia della distilleria e della esperienza tramandata da generazioni dei maestri distillatori della famiglia, che ne ha ripercorso le pietre miliari, dalle origini in Sicilia, fino al racconto degli ultimi decenni.

“È importante poter, raccontare in prima persona la storia della nostra azienda e rappresentarne i valori che hanno sempre animato la nostra famiglia. E trasmettere ai professionisti, ai mixologiste e agli appassionati l'autenticità dei nostri prodotti, la qualità delle materie prime

coltivate e selezionate con cura certosina, la dedizione delle maestranze che ci hanno accompagnato negli anni e che hanno contribuito a far crescere la Distilleria F.lli Caffo, l'unica operante in tutta la regione Calabria dedicata alla distillazione delle acquaviti e all'estrazione degli infusi d'erbe utilizzati per le nostre numerose ricette”.

Prosegue il presidente: “Questo è un progetto cui pensavamo da tempo e siamo davvero lieti che abbia già suscitato un grande interesse fra gli operatori. Ciò sostiene la nostra determinazione nel proseguire col nostro contributo di conoscenza”.



“È importante poter, raccontare in prima persona la storia della nostra azienda e rappresentarne i valori che hanno sempre animato la nostra famiglia. E trasmettere ai professionisti, ai mixologiste e agli appassionati l'autenticità dei nostri prodotti, la qualità delle materie prime coltivate e selezionate con cura certosina, la dedizione delle maestranze che ci hanno accompagnato negli anni e che hanno contribuito a far crescere la Distilleria F.lli Caffo, l'unica operante in tutta la regione Calabria dedicata alla distillazione delle acquaviti e all'estrazione degli infusi d'erbe utilizzati per le nostre numerose ricette”.

Prosegue il presidente: “Questo è un progetto cui pensavamo da tempo e siamo davvero lieti

che abbia già suscitato un grande interesse fra gli operatori. Ciò sostiene la nostra determinazione nel proseguire col nostro contributo di conoscenza”.

“Gli obiettivi perseguiti sono molteplici – dichiara Nuccio Caffo amministratore delegato di Gruppo Caffo 1915 – dapprima abbiamo riflettuto sul ruolo di leadership del nostro Gruppo, che con un portafoglio, ad oggi, di circa 140 prodotti si distingue per essere un autorevole punto di riferimento del settore, oltre ad essere depositario di antiche ricette che rappresentano la storia e la cultura dell'arte distillatoria del nostro Paese, realizzate, secondo tradizione dai nostri maestri distillatori che utilizzano materie prime di assoluta qualità ed espressione del territorio. Sentendo la responsabilità correlata a questo capitale di conoscenza, abbiamo, inevitabilmente, dato vita a questo progetto. Già in passato i nostri prodotti, col grande successo di Vecchio Amaro del Capo, hanno svolto un ruolo trainante per il settore degli amari, soprattutto in Calabria, nella nostra regione, consentendo ai prodotti, al territorio e alle imprese una maggiore visibilità, favorendo un percorso di sviluppo per l'intero territorio e per la comunità locale. Ci auguriamo pertanto che anche questo progetto possa costituire un'importante occasione per far conoscere, non solo in Italia, il ruolo primario della cultura distillatoria del nostro Paese”.

“Un altro elemento centrale – prosegue Caffo – è costituito dal contributo che liquori e distillati possono dare alla valorizzazione delle materie prime, delle botaniche e dei frutti del nostro territorio. Per quanto ci riguarda, l'ultimo esempio è costituito da Clementino della Piana, un innovativo liquore naturale a base di clementine di Calabria, una vera specialità agroalimentare di grande qualità e dal gusto unico”.

A fare gli onori di casa, Pippo e Nuccio Caffo, affiancati dal responsabile del progetto “AKADEMIA CAFFO” Fabrizio Tacchi Amaro & Spirits Ambassador del Gruppo, che ha condotto i presenti (20 ospiti per ogni giornata), in un viaggio che parte dall’origine della distilleria e dei suoi primi prodotti, alla scelta delle materie prime lavorate, all’assemblaggio dei blend di erbe, al processo di distillazione, all’affinamento in tini di rovere, fino ad approdare agli spazi dell’Akademia in cui si è svolta una Masterclass sulle varianti di impiego e la versatilità dei liquori realizzati con materie prime d’origine calabrese.

Fabrizio Tacchi Amaro & Spirits Ambassador del Gruppo Caffo 1915.

Dichiara Tacchi: “L’AKADEMIA CAFFO ha lo scopo di unire persone di varie estrazioni provenienti dal mondo specializzato e indirizzato all’ospitalità per creare una community che condivide la stessa passione e gli stessi valori con l’intento di dare un contributo al miglioramento della qualità del bere responsabile, sostenibile e condivisibile. Opera all’interno di spazi dedicati e disporrà, oltre che dell’area di assaggio, di banchi dotati di divisori per creare uno spazio per la degustazione dei prodotti in un contesto ideale”.

Prosegue Tacchi: “L’AKADEMIA CAFFO costituisce uno spazio aperto a tutti i professionisti del settore e in futuro a tutti gli stakeholders. Bartender, Associazioni professionali, chef, sommeliers e operatori dell’informazione. A titolo gratuito potranno partecipare alle sessioni di incontri, in due diverse giornate, che si terranno con cadenza mensile, alla presenza di personaggi di riferimento per il settore sia a livello nazionale sia internazionale, con un programma che prevede attività di tasting, educational e masterclass”.

A conclusione di queste prime giornate di incontri, foriere di molte opportunità di scambio ed approfondimento e che hanno generato una nuova community dei Bartender, è stato conferito ai presenti un attestato di partecipazione. Tutti i professionisti interessati potranno iscriversi tramite il sito: akademia.caffo.com/ per essere costantemente aggiornati su eventi e novità dedicati.

a cura di Lubieri Francesco



Quando si parla di birra la prima cosa che viene in mente è la fresca bionda e spumeggiante bevanda bevuta in estate per dissetarsi, ma per fortuna il mondo della birra è molto più interessante ed intrigante. Ormai siamo un po’ tutti abituati a distinguere le birre per stile, colore e grado alcolico, questo soprattutto anche alla diffusione delle numerose birre artigianali che ci sono in commercio che ci hanno consentito di provare e scoprire nuovi gusti andando anche fuori dagli schemi, inoltre l’abbondanza di nuovi prodotti ha dato la libertà di sperimentare.

Ed è proprio da questa voglia di sperimentare che negli ultimi anni nasce la nuova tendenza dei Beer Cocktail, letteralmente cocktail a base di birra dove scegliendo uno stile di birra sapientemente unito ad altri ingredienti alcolici e non, nasce un miscelato equilibrato e gustoso.

Abbiamo selezionato tre birrifici per proporvi alcune ricette.

BALADIN

Il birrificio Baladin nasce nel 1996 dalla grande passione di Teo Musso (fondatore dell’azienda) per le birre soprattutto belghe. Pioniere dei birrifici italiani si è sempre contraddistinto per l’estro e l’alta qualità dei suoi prodotti. Oggi sono oltre 30 le varianti di gusto e formato in continua evoluzione è sempre con nuove idee di ricette da aggiungere.



Nel 2018 il birrificio presenta un nuovo PRODOTTO il "BEERMOUTH" l'unione di una birra di grande scultura con una miscela di 13 botaniche tradizionali, lavorate con tecniche di estrazione innovative. Ottimo da bere liscio come aperitivo ma ideale soprattutto per la miscelazione.

NEGROBEER

1/3 Di Beermouth,
1/3 gin Bitter Opera Rossa
1/3 birra Isac Baladin
(birra bianca speziata agrumata) s
ervito in tumbler
Versione più fresca del Negroni sbagliato

LADY MALTO

2 Parti di Select
3 parti di birra Wayan Baladin (season beer)
fetta di cedro.
Ispirato allo Spritz Veneziano
servito in Calice

LEUMANN

Leumann nasce a Grugliasco Comune di Torino nel 1985 come pub, dopo tanti Fabrizio Mugno titolare e Alessandro (mastrobirraio) Decidono di realizzare il loro sogno di fare birra trasformando una stanza del pub in birrificio. Visto il successo delle loro birre dovendo aumentare la produzione nel 2021 si trasferiscono in un capannone vicino il villaggio di LEUMANN. Dal 2021 il birrificio produce con un impianto di 12 ettolitri ottime birre artigianali che negli ultimi anni hanno avuto numerosi riconoscimenti. Nel 2023 si è classificata al Beer food attraction prima classificata tra le birre chiare a bassa fermentazione e basso grado alcolico con la birra Smemorata dissetante bevanda leggermente amara E dai toni erbacei frizzantezza delicata e schiuma persistente e pannosa.

Ed è proprio con questa birra che vogliamo preparare il nostro cocktail:

SMEMO 75

45 ml London dry gin
15 ml succo di limone fresco
Fill di birra pils Smemorata

Servita nel flute da spumante questo cocktail
è ispirato al famoso cocktail "French 75"

BIRRIFICIO RIBADI

Il birrificio Bruno Ribadi nasce a Cinisi in provincia di Palermo dalla passione di Sandro, Vito e Giuseppe di farsi la birra in casa. Il ritrovamento del diario di Bruno nel Casolare dove aveva vissuto li ha portati a seguire definitivamente questa strada. Ispirati ai racconti ritrovati in questo diario iniziano a produrre birre per loro e i loro amici, ma ben presto la loro passione da vita ad uno dei birrifici siciliani più amati non solo per la qualità delle birre ma anche per il packaging delle bottiglie che appunto raffigurano l'immagine di Bruno. Tutte le birre puntano alla riscoperta del territorio siciliano, grazie all'utilizzo di ingredienti locali come i grani antichi, l'arancia amara, il mandarino, le carrube e le spezie.



BIANCOLILLA

2 Parti di Rosolio di mandarino
tardivo di Ciaculli
1 parte di succo di limone
Fell di birra bianca Bruno Ribadi
Servita in tumbler alto con spicchi
di mandarino

CONCA D'ORO

2 parti di vodka Givvi
1 parte di succo di mandarino
Feel di birra Sicilian pale ale Bruno Ribadi
Servita in Tumbler con fette di cedro e ciuffo
di rosmarino.

a cura di **Francesca Bacile Lady Malto**
Valerio Moccia



"Il Mezcal di Oxaca"

Da messicano scrivo questo articolo e lo dedico a tutti quegli italiani che come me sono amanti delle bevande alcoliche messicane.

Il mezcal è una bevanda artigianale di origine preispanica ottenuta dalla fermentazione degli zuccheri dell'agave. Si caratterizza per essere un liquido trasparente con aromi e sapori alcolici.

La parola Mezcal ha la sua origine nella lingua Nahuatl. Deriva dal termine "mexcalli" che è composto dalle parole "metl" che significa Maguey e "ixcalli" che significa cotto; vale a dire, si riferisce al maguey cotto che gli antichi abitanti della Mesoamerica usavano come cibo e bevanda tra il 1.500 e il 1.000 a.C. C.

Il mezcal è stato ottenuto dalla distillazione del succo fermentato di varie specie di maguey noto come agave, essendo una tipica bevanda messicana prodotta in modo artigianale o industriale. Oggi si consuma in occasione di feste, matrimoni o ritrovi con gli amici; Allo stesso modo, presenta proprietà favorevoli che aiutano a migliorare la salute.

Le varietà di agavi utilizzate per il mezcal sono Agave Angustifolia (maguey espadín), Agave Esperrima (maguey de cerro), Agave Weberi (maguey de mezcal), Agave Potatorum (maguey de mezcal) e Agave Salmiana.

Il mezcal, essendo una bevanda tradizionale, presenta una denominazione di origine (D.O.) che lo aiuta ad essere esportato a livello nazionale e internazionale. I due territori messicani con la più alta produzione di mezcal sono

Oaxaca e Zacatecas, che si caratterizzano per avere suoli ricchi di ferro (Fe) e con un range di pH da 6,0 a 8,5, che danno un buon sviluppo all'agave. A seguire ci sono gli stati di Guerrero, San Luis Potosí, Durango, Tamaulipas e Guanajuato.

La vendita di mezcal avviene solitamente in negozi, ristoranti o bar. Allo stesso modo, è stato esportato in diverse regioni del mondo, principalmente negli Stati Uniti, Cile, Spagna e Australia.

Avendo una maturità da 6 a 8 anni, l'agave viene raccolta, le foglie vengono subito tagliate, lasciando solo il cuore detto "piña", quindi viene introdotto in un forno dove viene cotto per poi essere spremuto. All'impasto ottenuto viene aggiunta acqua e viene poi lasciato fermentare in tini di legno o di pietra naturalmente con l'ausilio dei propri lieviti e microrganismi per un periodo che va dai tre ai quindici giorni.



Una volta fermentato, il mosto contiene alcool che viene estratto con la distillazione con alambicchi di rame o di terracotta a seconda della tipologia di mezcal si vuole ottenere. Non tutti i mezcal vengono invecchiati dopo la distillazione, ma quelli che riposano per periodi più o meno lunghi nel legno acquisiscono una delicata morbidezza che per molti palati lo fanno percepire migliore. Il mezcal è un liquido dall'odore e dal sapore originale, incolore o leggermente giallastro quando viene affinato o

invecchiato, il disciplinare ammette l'aggiunta di aromatizzanti naturali per ammorbidire il gusto a volte molto pronunciato. È possibile trovare questa bevanda nelle versioni; Joven, reposado, añejo, maturata in vetro e abocado.



Mezcal giovane o bianco.

È incolore e traslucido, dopo la sua distillazione viene imbottigliato per cui non è previsto alcun riposo in botte.

Mezcal reposado

Si affina per due mesi in botti di rovere bianco o rovere, affinandone profumi e sapori.

Mezcal invecchiato

Rimane dodici mesi in botte di legno dove affina le sue caratteristiche.

Mezcal affinato in vetro

Si utilizzano contenitori di vetro da 5 a 20 litri, mantenendo il mezcal interrato, o in cantine a bassa temperatura con umidità.

Mezcal abocado

Durante la fermentazione del mosto vengono aggiunti alcuni aromatizzanti, quali maguey, gusano, limone, arancia o mango, acquisendo un sapore gradevole.

Il consumo moderato di questa bevanda aiuta a migliorare la salute grazie ai suoi effetti sul microbiota (microrganismi) dell'agave. Cioè, aiuta a ridurre i livelli di trigliceridi, glucosio e colesterolo nel sangue, previene le malattie

mentali, combatte l'insonnia, favorisce la salute dell'apparato digerente, migliora la salute delle ossa, ecc.



Le migliori marche di mezcal di tutto il Messico provengono da Oaxaca ma anche da Zacatecas, ma è da precisare che Oaxaca si distingue come l'unico stato geograficamente e legalmente riconosciuto come La Región del Mezcal.

Oaxaca è il centro della produzione del mezcal, dove è possibile trovare aziende note come "palenques mezcaleros"; tra questi c'è Mezcal Rey Zapoteco, Los Danzantes Distillery, Casa Espadín, Gracias A Dios Mezcal, ecc. Ogni palenque ha il suo marchio, come "Los Amantes", "Mezcal 33", "Oro de Oaxaca" e "8 Víboras" che sono realizzati con la varietà Espadín.

C'è una fiera molto grande e riconosciuta nello stato di Oaxaca dove si tengono eventi dedicati al mezcal che richiamano visitatori nazionali e internazionali. La manifestazione si svolge nel mese di luglio, mese dedicato alla festività delle Lunes del Cerro; vale a dire "La Guelaguetza". La Fiera del Mezcal è nata nel 1997 con il supporto di pochi marchi di mezcal di Oaxaca. Per più di un decennio, le industrie del mezcal di Oaxaca hanno avuto una crescita favorevole grazie alla produzione della loro bevanda artigianale, ampiamente consumata in tutto il

Messico.

Ma a Oaxaca non trovi solo mezcal, è anche un luogo interessante da visitare e conoscere per le sue tradizioni, la sua gastronomia, la colorata arte indigena, il sole, le nuvole, i paesaggi che ti fanno innamorare dei suoi splendidi tramonti, dove la cultura e le radici sono sempre in superficie, regalando una gioia appagante al pubblico nazionale e soprattutto agli stranieri, dove ogni persona può trarre un'incredibile soddisfazione assaggiando un "Caballito de Mezcal" dal fiore più bello del Messico noto come "Agave".



Amici italiani, di avervi incuriositi e stimolati a intraprendere un viaggio in Messico, dove visitare luoghi magici e dove assaggiare questa bevanda preispanica, che sono sicuro vi piacerà. Vi innamorerete sia della sua cultura che della sua bevanda artigianale. Vi aspetto per brindare insieme....

a cura di Gerardo Ramírez Alvarado
Laureato in Chimica degli Alimenti e specializzato in viticoltura ed enologia.



BONAVENTURA
MASCHIO



CAMPARI
GROUP

ceado.

FABRI
1905

GRUPPO
MONTENEGRO
MONTENEGRO
QUALITÀ ITALIANA, DAL 1883

MARTINI

